

**MEDIAÇÕES CULTURAIS:
DA PESSOA AO VIRTUAL NO MUSEU DO DINHEIRO**

Versão corrigida e melhorada após defesa pública

Daniela Pedroso Viela

Dissertação de Mestrado em Museologia

Orientadora: Maria da Graça Silveira Filipe

novembro, 2018

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção
do grau de Mestre em Museologia, realizada sob a orientação científica de Maria
da Graça da Silveira Filipe

AGRADECIMENTOS

À Professora Graça Filipe, pela incansável orientação, constante apoio, sabedoria, paciência, e por nunca ter deixado de acreditar no meu trabalho.

Ao Banco de Portugal por me ter dado apoio, acesso à informação e ter demonstrado todo o interesse neste estudo. No seguimento, a toda a equipa do Museu do Dinheiro que permitiu esta investigação, que a apoiou com todo o carinho e colaboração.

Especialmente à Dra. Sara Barriga, por me mostrar o percurso. Por toda a sua partilha de ideias, motivação, pensamento e alegria contagiante.

À Dra. Rita Canavarro pela constante aprendizagem que me permitiu, por toda a inquietação, reflexão e paixão partilhadas.

A Ana Farate, Margarida Sampayo e Susana Borges, colegas e amigas que me ensinaram muito e ainda assim é, todos os dias. Obrigada por esta caminhada, pois fazem parte de mim.

Ao Bruno Magalhães e à Ângela Araújo por todo o seu apoio, carinho e “consultoria”.

Ao meu marido José Miguel da Costa Oliveira, por estar sempre lá, em tudo, porque me eleva, porque me faz melhor, porque me faz feliz.

À minha família, pelo apoio constante, por acreditarem em mim e pelas palavras sábias. Às vezes, temos mesmo só que dizer, à vida, “está bem”.

RESUMO

Nesta dissertação de mestrado, estudou-se a mediação nos museus, através da análise do caso do recente Museu do Dinheiro, pois tem potenciado as mais diversas experiências e processos de mediação, através da interatividade e da tecnologia. A opção de utilizar os museus como lugares propiciadores de aprendizagens implica, por parte dos mediadores, a construção de estratégias para uma exploração estruturada capaz de dar uma razão e um sentido ao que se vê e se experimenta. Neste sentido, o objetivo geral será contribuir para o conhecimento e a tomada de consciência dos processos em que os mediadores participam e que tipos de intervenção adotam, já que são eles que contactam e trabalham diretamente com os públicos. Especificamente, pretende definir-se os diferentes tipos de mediação existentes e respetivas abordagens consoante os diferentes públicos, quais os elementos e ferramentas envolvidas nesses processos e que experiências provocam nos visitantes. E porquê investir na mediação interpessoal no novo paradigma do museu tecnológico?

PALAVRAS-CHAVE: museu, mediação, educação, tecnologia, interatividade, públicos

ABSTRACT

In this master's thesis, we studied the mediation in the museum, through the analysis of the case of the recent Money Museum, as it has fostered the most diverse experiences and processes of mediation, through interactivity and technology. The option of using museums as learning places implies, on the part of the mediators, the construction of strategies for a structured exploration capable of giving a reason and a sense to what is seen and experienced. In this sense, the general objective will be to contribute to the knowledge and awareness of the processes in which the mediators participate and what types of intervention they adopt, since they are the ones who contact and work directly with the public. Specifically, it is intended to define the different types of mediation that exist and their approaches depending on the different audiences, the elements and tools involved in these processes and what experiences they provoke in the visitors. And why invest in interpersonal mediation in the new paradigm of the technological museum?

KEYWORDS: museum, mediation, education, technology, interactivity, public

ÍNDICE

1. Introdução.....	p. 1 - 2
2. Mediação e educação nos museus.....	p. 3
2.1. Do conceito de museu à afirmação dos serviços educativos.....	p. 3 - 10
2.2. Das perspectivas teóricas às práticas dos profissionais dos museus.....	p. 11 - 27
2.3. A tecnologia, a interação e a mediação.....	p. 27 - 34
3. Estudo de caso: a mediação cultural no Museu do Dinheiro.....	p. 35
3.1. Metodologia de análise: conhecer o museu, as vivências dos públicos e a voz dos profissionais.....	p. 35 - 42
3.2. Caracterização e análise do Museu do Dinheiro: a educação museal e a programação cultural como campos de atuação.....	p. 42 - 85
4. Processos de mediação cultural no Museu do Dinheiro: diversidade de contextos, estratégias e ferramentas.....	p. 86 - 91
5. Considerações finais.....	p. 92 - 95
Fontes e referências bibliográficas.....	p. 96 - 109
Lista de Figuras	
Lista de Quadros	
Anexos	
Apêndice I: Guião de Entrevista à Coordenação do Museu do Dinheiro	
Apêndice II: Entrevista transcrita de Sara Barriga, Coordenadora de Programação e Coleções do Museu do Dinheiro	
Apêndice III: Entrevista transcrita de Rita Canavarro, Coordenadora de Produção do Museu do Dinheiro	
Apêndice IV: Questionário a Profissionais da equipa do Museu do Dinheiro	

Apêndice V: Questionário a Especialista de design multimídia da equipa projetista do Museu do Dinheiro

Apêndice VI: Questionário ao público do Museu do Dinheiro, em visita orientada

Apêndice VII: Questionário ao público do Museu do Dinheiro, em visita livre

Apêndice VIII: Percentagens dos resultados dos questionários ao público do Museu do Dinheiro, em visitas orientadas

Apêndice IX: Percentagens dos resultados dos questionários ao público do Museu do Dinheiro, em visitas livres

Apêndice X: Percentagens dos resultados gerais dos questionários ao público do Museu do Dinheiro

Apêndice XI: Fotografias de comentários do público do Museu do Dinheiro, no Livro de Honra

LISTA DE ABREVIATURAS

BdP – Banco de Portugal

DAM – Denver Art Museum

DGPC – Direcção-Geral do Património Cultural

ICOM – International Council of Museums

ICOM Portugal – International Council of Museums Portugal (Comité Nacional Português)

IGESPAR – Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico

IMC – Instituto dos Museus e da Conservação

MD – Museu do Dinheiro

NIMD – Núcleo de Interpretação da Muralha de D. Dinis

OAC – Observatório das Atividades Culturais

RA – Realidade Aumentada

RPM – Rede Portuguesa de Museus

TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação

1. INTRODUÇÃO

Nesta dissertação de mestrado, **pretendo estudar a mediação cultural**, através da **análise do caso do recente Museu do Dinheiro**, e definir as diversas experiências e processos de mediação no espaço. Primeiramente porque procuro refletir sobre o conceito mais abrangente de mediação e não só de serviço educativo; o que cruza com o segundo ponto, pois trata-se de um projeto e espaço incomum, não só porque convergem os mais diversos temas: a arquitetura, a história, a arqueologia, a arte, a economia e as finanças, como se trata de um projeto que aposta numa experiência dos públicos, marcadamente interativa, que recorre à tecnologia multimédia e à criação de ambientes surpreendentes. **O que nos leva a determinadas questões.** Porque faz sentido hoje falar mais em mediação cultural? O que é ser mediador cultural, principalmente nos recém-criados “museus interativos”, como é o caso do Museu do Dinheiro? Estes museus configuram-se como espaços de desafio aos mediadores? Como? Quais as confluências e divergências? A mediação passa a ter novos significados e formas de execução?

O **objetivo geral** do trabalho consiste em contribuir para uma reflexão e um posicionamento sobre o conceito e os elementos de mediação cultural no museu.

O trabalho está **estruturado em 5 capítulos**. Neste capítulo introdutório expõe-se o porquê da escolha, a definição da problemática, o objeto de estudo, como está estruturado e a metodologia.

O segundo capítulo define o marco teórico a partir do qual se desenvolve o trabalho, a mediação e educação nos museus. Desde a relação da evolução do conceito de museu com a importância crescente da educação museal, ao reconhecimento da importância do papel do mediador nos museus e a tecnologia interativa como instrumento de mediação. Neste enquadramento teórico, explora-se a mediação como conceito mais abrangente que um serviço educativo, que corresponde a uma estrutura que promove atividades criativas, com objetivos educativos. É neste sentido que se entende a mediação como um processo que se estende a outras áreas do museu, caracterizado pela sua multiplicidade e caráter transformador.

O capítulo 3 corresponde ao estudo de caso, que se caracteriza pela análise do projeto do Museu do Dinheiro. Pretende perceber-se quais as experiências dos públicos no

espaço, os níveis e tipos de participação, qual a atuação do mediador nestes contextos, e como está a vertente educacional presente na missão e ação desta instituição.

O quarto capítulo pretende ser o resultado desta análise, ou seja, definir os diferentes tipos de mediação que existem no espaço, os processos em que os mediadores participam e os tipos de intervenção que adotam, consoante os diferentes segmentos de públicos, quais os elementos e ferramentas envolvidas nesses processos e que experiências e níveis de participação provocam nos visitantes.

Finalmente, apresento as conclusões e desafios para o futuro, cruzando a contextualização teórica com os dados recolhidos no campo, construindo dessa forma uma contextualização geral para a reflexão e discussão sobre a mediação e a tecnologia nos museus.

Em **Anexos**, incluirei informação e documentos complementares institucionais, do Museu do Dinheiro, ou de outros autores (mapa, questionário, fotografias, esquemas).

Constituem **Apêndices**, informação e documentos produzidos por mim, que servem para complementar a análise (entrevistas, questionários, gráficos, fotografias).

A **estratégia metodológica** caracteriza-se pela análise e interpretação crítica da bibliografia científica sobre a mediação cultural e a educação nos museus, e a multimédia e as tecnologias interativas nos museus. O trabalho foi desenvolvido, através de metodologias cientificamente validadas como a recolha, análise e tratamento de dados quantitativos e qualitativos do Museu do Dinheiro (como o estudo dos públicos, dados sobre os visitantes, análise dos indicadores de avaliação por parte do público – questionários, comentários registados no Livro de Honra, *website* e redes sociais), trabalho de campo que passou pela observação direta, investigação e experimentação, no espaço; e entrevistas à Coordenação e equipa do Serviço Educativo do Museu do Dinheiro.

O trabalho será apresentado de acordo com a **norma de Harvard**, por se considerar mais prático na leitura dado que este sistema, de data de autor, é composto por citação no texto. No final, referem-se as fontes e referências bibliográficas, em ordem alfabética pelo sobrenome do autor.

2. MEDIAÇÃO E EDUCAÇÃO NOS MUSEUS

La museologie doit avoir pour but la libération, les progrès et la transformation de la société par la prise de conscience et la participation de la population. Ce qui implique une forme particulière de la médiation, dépassement du didactique et du scolaire.

Elisabeth Caillet (1995, p. 69)

2.1. Do conceito de museu à afirmação dos serviços educativos

De acordo com o Código Deontológico publicado pelo International Council Of Museums Portugal (2009, p. 18):

Os museus são instituições permanentes, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, abertas ao público, que adquirem, preservam, pesquisam, comunicam e expõem, para fins de estudo, educação e lazer, os testemunhos materiais e imateriais dos povos e seus ambientes.

Neste sentido, podemos afirmar que os museus são entidades culturais e sociais complexas, pois como Fróis (2008, p. 65) comenta,

são entidades culturais porque se organizam como espaços de sentido, onde se reúnem e preservam os exemplos das realizações artísticas, científicas e sociais da humanidade, e entidades sociais porque o colecionador, o conservador, o educador e o designer empreendem diálogos, ora tácitos, ora explícitos, com os visitantes. Na realidade, ao mesmo tempo que o museu apresenta os “objetos” (as obras), representa também os princípios culturais, sociais e estéticos de uma determinada sociedade e oferece aos indivíduos oportunidades e reptos que outros tipos de entidades não oferecem.

O estudo da Museologia centrado nos objetos e nas coleções passou a estender-se ao indivíduo, ao público e à sociedade (Henriques da Silva, 2000, p. 65 - 68). No entanto, muitos museus não respondem às necessidades atuais dos públicos e, por isso, vivem uma crise, pois limitam-se a ser um armazém de peças e objetos, com uma estrutura pesada que leva à exclusão, em vez de serem um espaço ao serviço das comunidades.

A temática da democratização cultural surge especialmente relevante em França. Os

museus tinham sido instrumentos ao serviço das elites sociais e intelectuais, sendo depois defendido que a continuação da sua existência devia passar pela transformação em instituições ao serviço de todos e utilizadas por todos, ou seja, podia e devia ser um instrumento privilegiado de educação permanente e um centro cultural acessível a todos (Duarte, 2013, p. 101).

Falamos desta prioridade atribuída à participação e desenvolvimento integrado das populações porque vai exigir, da parte dos profissionais, a mudança de um museu centrado nas suas coleções para as suas funções sociais. A ampliação dos instrumentos conceptuais e o recurso a mecanismos como a interdisciplinaridade ou novos métodos de gestão e comunicação são a outra face das experiências inovadoras defendidas e da nova exigência do museu como instituição implicada na vida das populações (Filipe, 1996, p. 63 – 65).

O museu é, antes de tudo, um centro de conhecimento e um instrumento de educação. “Conhecimento, memória, invenção e educação são noções delicadas e desinteressadas que somente o poder público é capaz de assumir porque são de interesse público numa sociedade civilizada, herdeira do Iluminismo” (Mairesse, 2010, p. 85).

O propósito da proximidade às populações e a preocupação com o acesso destas à instituição suportam igualmente **a criação dos serviços educativos** para públicos escolares e dos serviços de ação cultural destinados a públicos mais abrangentes. Na Mesa-Redonda do ICOM, em Santiago do Chile, em 1972, a instituição museu é assumida e reconhecida como **agente incomparável da educação** permanente da comunidade, defendendo que, como tal, deverá ter um **serviço educativo organizado**, com instalações adequadas e meios que lhe permitam agir dentro e fora do museu (AA.VV., 1989, p. 69 - 83).

A educação museal vai ganhando mais espaço e reconhecimento, principalmente nos anos 1990. David Fleming, diretor dos Museus de Liverpool, por exemplo, renova o conceito museológico ao defender que “a educação está no coração dos museus”. Para a profissional portuguesa Catarina Moura, “a educação é a única razão de ser dos museus!” (Moura, 2011, p. 7).

Com estas mudanças profundas, nos museus, nas últimas décadas, os visitantes tornaram-se participantes, o que criou o contexto para que a criatividade ganhasse importância e fosse repensada. Os visitantes tornaram-se construtores de significados (Hooper-Greenhill, 2011, p. 362) e os museus passaram a considerar as necessidades e interesses únicos dos indivíduos (Falk et al., 2006, p. 329 - 330). Por outro lado, o conceito de “**pós-museu**” (Hooper-Greenhill, 2007, p. 81- 82) pressupõe a existência de “muitas vozes e muitas perspectivas,” envolvendo as comunidades no debate e partilha de perspectivas e processos e na tomada de decisões – comunidades interpretativas.

Perante esta visão do museu com múltiplas vozes (Merillas, 2007, p. 38, citado em Ferreira, 2016, p. 15) questiona-se também se o posicionamento do museu na sociedade fica fragilizado quando o visitante se torna ator e decisor e o museu atua só tendo em conta os interesses dos visitantes. Neste sentido, Linda Kelly (2004, p. 50, citado em Ferreira, 2016, p. 15) propõe o que chama de *transaction approach*, “uma terceira via”, ou seja, uma aproximação negocial, que satisfaça as necessidades e objetivos de ambos, agregue os objetivos organizacionais e as exigências dos públicos.

Como comenta igualmente Inês Ferreira (2016, p. 15), “a abertura à participação leva a que o museu trabalhe mais orientado e focado e possa prestar contas do que faz de uma forma mais fundamentada, pelo que essa abertura, em vez de constituir uma ameaça, considera-se que pode dar controle e poder ao museu, num outro sentido”.

É essencial falar também da perspectiva de “**museu híbrido**”, discutido por Rachel Morris (2013 citado em Ferreira, 2016, p. 108), no qual constata haver museus que defendem não haver fronteiras rígidas entre as áreas de trabalho:

A hibridez transforma o modo como o museu é gerido, pois o museu híbrido integra a investigação, aquisição, curadoria, montagem de exposições e realização de eventos no museu como um todo. O museu híbrido não cessa com as estruturas organizacionais mas cultiva a curiosidade e o cruzamento de campos de atuação, as fronteiras tornam-se menos rígidas. O espírito de investigação pode estimular as exposições, eventos e montagem de exposições, e vice-versa. A questão é, então, se a hibridez de funções, a interação entre áreas de liderança distintas, aumenta a possibilidade de um museu ser um espaço criativo.

No entanto, a especialização no trabalho é inevitável. Nos maiores museus, uma fração

do pessoal só se preocupa com a administração e se estas funções forem confinadas a pessoal puramente administrativo sem conhecimento específico de um museu, podem ser prejudiciais para toda a instituição. Ou seja, é desejável que os administradores do museu sejam capazes de entender o significado do trabalho do museu e estar em perfeita harmonia com seus mais altos objetivos, e que os assuntos administrativos e o trabalho científico possam ser controlados pelos mesmos funcionários (Mairesse, 2010, p. 34).

A força do museu reside na sua capacidade de se adaptar a vários tipos de lógica. É, portanto, essencialmente sobre o princípio de uma operação híbrida que os museus, há muitos anos, vêm tentando desenvolver-se, contando com as vantagens de um sistema para tentar superar o outro, dependendo das circunstâncias - tais como os motores híbridos. Por exemplo, as autoridades públicas para a durabilidade e a segurança do emprego, ou a filantropia para evitar a modéstia dos orçamentos públicos e a lentidão dos procedimentos para a aquisição de obras, etc. (Mairesse, 2010, p. 197)

Por sua vez, Fontal Merillas (2007, p. 45 - 50) também se refere ao museu híbrido como uma realidade em que se misturam diferentes modelos teóricos de museu, por exemplo, museus que evoluem de simples “museu-contentor” para “museu patrimonial”, ou “museu preferencialmente comunicador” mas que, em determinadas ações, são “museus didáticos”. Entende-se, então, que o museu pode ser híbrido tanto nos modelos como nas funções e áreas de ação, situando-se no contexto da pós-modernidade.

Passando especificamente para **o caso de Portugal**, em 1953, no Museu Nacional de Arte Antiga, em Lisboa, João Couto e Madalena Cabral criam o **primeiro Serviço Educativo em Portugal**. Era “uma pequena equipa de mulheres pioneiras, autodidatas, conduzidas por Madalena Cabral, num trabalho isolado e de absoluto mérito, que acolhia alunos e professores e mediava a coleção de belas artes” (Moura, 2011, p. 3).

Esta necessidade é assumida a nível legislativo com o Decreto-Lei n.º 46 758/1965 (Regulamento Geral dos Museus de Arte, História e Arqueologia) que divulga que os museus deveriam, “por todos os meios ao seu alcance, atrair visitantes e sobre eles exercer uma ação pedagógica eficiente”, sugerindo que a orientação de visitas coletivas

organizadas às suas coleções fosse atribuída a “pessoal técnico ou a outras pessoas idóneas (art.º 25)” (Filipe, 2011, p. 1).

Marco no panorama cultural português, foi a criação, em Lisboa, da Fundação Calouste Gulbenkian, em 1969, dedicada às áreas da arte, da educação e da ciência, numa “ação cultural posta ao serviço do Estado, e de algum modo também, o ministério da cultura alternativo” (Moura, 2011, p. 4).

Com o 25 de Abril de 1974, o país fica empenhado na reconstrução e na concretização dos objetivos democráticos, o que passa pelo acesso à educação e cultura para todos. No entanto, o museu permanece com uma organização e estrutura elitista muito hierarquizada, centrando-se principalmente na constituição e conservação das coleções. Rodeia-se por um círculo restrito de conhecedores e especialistas que apreciam exposições permanentes, estáticas, sobre as quais se constrói um discurso cristalizado. Nos grandes museus nacionais, mantém-se a veneração pelo acervo que se defendia dos públicos curiosos, sem conhecimento específico ou cultura adequada. A presença de outro público é pouco valorizada, sendo escolas e crianças consideradas um mal necessário (Moura, 2011, p. 4).

Mas como comenta Graça Filipe, (2011, p. 1), em 1980, a legislação destinada à reestruturação interna e profissional dos museus então dependentes da Direcção-Geral do Património Cultural - Lei no 45/80, de 20 de Março – reconheceu a «ação cultural» como um dos domínios de competências museais, a par da «investigação» e da «museografia», sendo identificada a profissão e carreira de «monitor», para [colaborar] «na ação cultural do museu, exercendo junto do público funções de educação, animação e informação», conquanto nunca se tenha formalmente delineado um correspondente modelo de formação específica.

O Decreto-Lei no 398/99 cria a Rede Portuguesa de Museus, que teria o objetivo de “averiguar a profundidade e clareza com que a entidade museológica definia os seus objetivos e a sua missão, designadamente no que toca ao seu papel de agente social, cultural e educativo” (Moura, 2011, p. 10). Mais à frente, iremos referir o documento do ICOM Portugal, de 2017, *Contributos para uma urgente e necessária política museológica nacional* e o estudo *Panorama Museológico em Portugal: os Museus e a*

Rede Portuguesa de Museus na Primeira Década do Século XXI (de 2000 a 2010), realizado pelo Observatório das Atividades Culturais (entretanto extinto em 2013), através dos quais se poderá analisar o papel que a RPM tem assumido.

Entretanto, a carreira específica de “monitor” é extinta pelo Decreto-Lei nº 55/2001, sob “o entendimento de que a permeabilidade das carreiras é fundamental ao desempenho do museu» e defendendo-se que «as importantes funções do serviço educativo de um museu, dirigidas a públicos diferenciados cada vez mais exigentes, não dispensam um trabalho alargado, coordenado por um conservador e desempenhado por técnicos de nível superior e médio com formação inicial diversificada, definida pelas particularidades das coleções e dos objetivos de cada museu” (Filipe, 2011, p.1). Catarina Moura (2011, p. 11) afirma que este Decreto-Lei “erradica, finalmente, a desqualificação do Serviço Educativo e a injustiça, da carreira dos monitores, extinguindo essa função e justifica, “....as importantes funções dos Serviços Educativos dirigidas a públicos diferenciados, cada vez mais exigentes, não dispensam um trabalho de equipa alargado, desempenhado por técnicos de nível superior.” Se por um lado, temos a extinção da carreira de “monitor”, o que poderá ter sido prejudicial, por outro, terá sido uma ação para melhor qualificar os Serviços Educativos.

Aprovada por unanimidade pela Assembleia da República em 2004, a **Lei-Quadro dos Museus Portugueses**, Lei nº 47/2004, de 19 de Agosto¹, mantém--se um instrumento pertinente de gestão da realidade museológica nacional, que deve obedecer a princípios que levem os museus a serem espaços democráticos e inclusivos de acesso, de construção e debate do saber, e que consigam responder às exigências de lazer e fruição da sociedade. A função de “educação” é definida como uma função museológica essencial, estabelecendo, o artigo nº 42, a obrigatoriedade de o museu desenvolver “de forma sistemática programas de mediação cultural e atividades educativas que contribuam para o acesso ao património cultural e às manifestações culturais” e que o museu deve promover “a função educativa no respeito pela diversidade cultural tendo em vista a educação permanente, a participação da comunidade, o aumento e a

¹ <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/museus-e-monumentos/rede-portuguesa/lei-quadro-dos-museus-portugueses/>, consultado em 23/03/2017.

diversificação dos públicos.” O Artigo 58.^o afirma que a instituição “deve prestar aos visitantes informações que contribuam para proporcionar a qualidade da visita e o cumprimento da **função educativa**”.

No plano da organização da Administração Central, verificou-se, em 2012, a fusão dos dois maiores institutos públicos na área governamental da Cultura. O Instituto dos Museus e da Conservação (IMC, I.P.) e o Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico (IGESPAR, I.P.) desapareceram, dando origem à Direcção-Geral do Património Cultural (DGPC).

No entanto, nem sempre o cumprimento da Lei-Quadro ou a eficácia destas instituições se verifica, como confirma o anteriormente referido documento publicado, em 2017, pelo ICOM Portugal, *Contributos para uma urgente e necessária política museológica nacional*² (p. 3 – 6), que reflete o ponto da situação atual nos museus portugueses: as alterações nas políticas públicas, induzidas pela crise financeira e orçamental (que tiveram consequências graves e duradouras no setor), aborda o esquecimento da Rede Portuguesa de Museus, a não aplicação da Lei-Quadro, a inexistência de estratégia, o desrespeito pelo papel dos profissionais e pelos órgãos de consulta previstos na Lei, entre outras situações.

Contudo, de acordo com o estudo *Panorama Museológico em Portugal*³ (p. 21), do OAC, os museus têm tido uma maior visibilidade e divulgação, e alguns, aumento de público, alcançando números muito expressivos, sobretudo na capital e nas cidades e regiões mais expostas ao aumento do turismo. Impõe-se, assim, cada vez mais, novas necessidades de mediação e de comunicação para os diferentes tipos de públicos, com interesses diferenciados.

Em teoria, os públicos passaram a ser a razão de existir do museu, portanto, um dos maiores desafios que a sociedade do conhecimento enfrenta é o de preparar indivíduos e organizações para lidar com a mudança, com a proliferação rápida de informação e a

² <http://icom-portugal.org/2017/05/18/contributos-para-uma-urgente-e-necessaria-politica-museologica-nacional-icom-portugal-2/>, consultado a 23/03/2017;

³ <http://patrimoniocultural.gov.pt/static/data/publicacoes/opanoramamuseologicosite.pdf>, consultado a 23/03/2017.

necessidade contínua de atualizar conhecimentos. Neste sentido, as pessoas ou instituições criativas conseguem, com mais sucesso, adaptar-se à mudança (Ferreira, 2016, p. 17), principalmente porque já verificámos que a década que atravessamos tem-se revelado particularmente difícil para os museus e para os seus profissionais.

Regressando ao *Panorama Museológico em Portugal*, do OAC (2013, p. 81), este analisou as “atividades orientadas para os visitantes”, no que respeita ao período de 2000 a 2009, referindo a importância dos serviços educativos, que “desempenham um papel cada vez mais relevante de mediação entre as atividades do museu e os seus públicos e, de modo mais geral, entre a instituição e a comunidade em que se insere”. No entanto, apesar dos progressos de crescimento, a realidade é de que em 40% dos casos este tipo de serviço não existe (*Panorama Museológico em Portugal*, OAC, p. 81). No período 2007-2009, dos museus que assinalaram ter este serviço, a esmagadora maioria não o tem formalizado organicamente (*Panorama Museológico em Portugal*, OAC, p. 83).

Em relação às atividades orientadas para os visitantes confirma-se a importância, a ação e responsabilidade dos serviços educativos, pois assinala-se as visitas guiadas/orientadas como a opção mais referida, sempre por mais de 75% dos museus (p. 84). Veja-se ainda o peso das ações dirigidas ao público escolar, que registam percentagens médias superiores a 50% dos casos. Repare-se igualmente na crescente importância de atividades como Ateliês/Oficinas/Workshops, que sobe para 43% (p. 84).

No seguimento, falando da **função de mediador cultural**, o estudo de Teresa Duarte Martinho (2013, p. 440 – 441) conclui que é ainda uma ocupação recente em Portugal, comparativamente com o que se verifica noutros países, e demonstra também um estatuto contraditório, ou seja, ao mesmo tempo que tem sido defendido institucionalmente (e também porque se tem verificado a necessidade real de mais recursos), em conformidade com objetivos de política cultural, como a “democratização cultural” e a “formação de públicos”, aqueles que o praticam parecem ocupar uma posição secundária nas organizações culturais e artísticas.

2.2. Das perspectivas teóricas às práticas dos profissionais dos museus

Segundo François Mairesse (2015, p. 58),

se tivermos que selecionar apenas três funções para o museu, a da comunicação integra a exposição, a mediação, e a educação.

Ao pensar a educação e a mediação nos museus, devemos começar por aprofundar o conceito de educação, que deve implicar aprendizagem, interpretação, participação e transformação. E a mediação? Qual a ligação com educação? Partimos da ideia que diferentes teorias de ensino e aprendizagem são amplamente utilizadas na área da mediação em museus. E a mediação existe só através dos serviços educativos? Ou é mais abrangente? E como devemos definir quem trabalha na mediação museal? Técnicos do serviço educativo? Guias? Monitores? Educadores? Mediadores? Intermediários? Facilitadores? Curadores educativos / pedagógicos? Quem são? Todos os profissionais dos museus?

Segundo o pensamento de Desvalées e Mairesse (2013, p. 38), de uma maneira geral, a educação significa a implementação dos meios necessários para a formação e o desenvolvimento de pessoas e de suas próprias capacidades. A educação museal pode ser definida como um conjunto de valores, de conceitos, de saberes e de práticas que têm como fim o desenvolvimento do visitante; como um trabalho de aculturação, ela apoia-se notadamente sobre a pedagogia, o desenvolvimento, o crescimento e a aprendizagem de novos saberes.

Tradicionalmente, os modelos teóricos da aprendizagem estão divididos em três grandes domínios: cognitivo, afetivo e psicomotor, tendo sido, usualmente, destacado o primeiro. Por exemplo, numa exposição temática sobre um estilo artístico, o primeiro levará a que os visitantes aprendam três características deste determinado estilo. Ao deixarem a exposição, os visitantes poderão ficar com interesse pelo tópico e desejam aprender mais (domínio afetivo). O domínio psicomotor levará os visitantes a serem capazes de produzir uma composição do estilo apreendido com vários materiais plásticos (Desvalées e Mairesse, 2013, p. 38 - 39)

As metodologias procuram, então, evidências específicas, no entanto, acreditamos que

a aprendizagem não pode ser dividida de modo tão simples porque é, na realidade, um universo complexo de efeitos conectados.

De qualquer forma, uma distinção necessária a considerar diz respeito ao conceito de **aprendizagem formal e não formal**. A aprendizagem formal é estruturada, pré-determinada, tal como o tempo e o espaço, e, por último, as atividades são desenvolvidas num período entre os seis e os vinte anos de idade. A aprendizagem não formal não é estruturada; os objetivos desta aprendizagem são claros para os próprios indivíduos com elevado nível de motivação, a atividade de aprendizagem é cativante e “divertida”; há aqui, com frequência, experiências, as atividades são autodeterminadas, o próprio sujeito escolhe um tema, o tempo e espaço para a sua realização / conquista, além de as atividades poderem ser realizadas ao longo da vida em vários ambientes (Fróis, 2008, p. 70 - 71).

As aprendizagens formais e não formais podem também facilitar-se mutuamente. O visitante, com saber na área da história da arte, visita com mais facilidade uma exposição de arte porque conhece as particularidades dessa linguagem. Compara-os com a acuidade necessária para tirar partido da exposição. O conhecimento que os alunos obtêm a partir do *curriculum* escolar, por exemplo, na área da zoologia, facilita certamente o entendimento do sujeito de uma exposição temática num museu de ciência natural. Mas a educação formal e não formal também se inibem porque, por vezes, os conteúdos transmitidos podem ser contraditórios num e noutro espaço de aprendizagem sobre o mesmo assunto. Uma vez mais, os programas informais e formais devem ter em atenção que a nossa conceção de aprendizagem é um processo complexo, não se podendo esgotar apenas num dos seus aspetos (Desvalées e Mairesse, 2013, p. 38).

Segundo igualmente Desvalées e Mairesse (2013, p. 38 – 39), de uma maneira geral, a educação significa a implementação dos meios necessários para a formação e o desenvolvimento de pessoas e das suas próprias capacidades; é a ação de desenvolver um conjunto de conhecimentos e de valores morais, físicos, intelectuais, científicos, etc. O *saber*, o *saber-fazer*, o *ser* e o *saber-ser* formam os quatro componentes centrais do domínio da educação que é muito relevante quando se fala de educação museal.

Falando de “educação em museus” ou “educação museal”, estas expressões estão mais próximas da expressão, utilizada na língua inglesa, “**museum education**”. A educação museal tem como objetivo primordial abrir o museu a diversos públicos e pode ser definida como um conjunto de valores, de conceitos, de saberes e de práticas que têm como fim favorecer o desenvolvimento de um pensamento crítico, do visitante, em relação ao passado e ao presente; ela apoia-se notadamente sobre a pedagogia, o desenvolvimento, o crescimento e a aprendizagem de novos saberes. A relação de aprendizagem refere-se à maneira própria do visitante de integrar o objeto de aprendizagem (Desvalées e Mairesse, 2013, p. 38 – 39).

Segundo Eilean Hooper-Greenhill (2000, p. 139), as obras de arte, por exemplo, independentemente da sua grandeza ou glória artística, são entidades que, isoladamente, não têm sentido, a não ser que encontrem um olhar atento, uma mente que pensa e um “coração” que sente. A experiência do observador e a sua imaginação torna-se artisticamente significativa quando consegue tratar a obra de arte de um modo relevante em relação às suas características artísticas mais significativas.

Efetivamente os modelos pedagógicos dos museus têm vindo a ser questionados por autores como Eilean Hooper-Greenhill, John Falk, George Hein, Cheryl Meszaros, Philip Yenawine, Daniele Rice ou Palmire Pierroux, pois os modelos adotados pela educação em museu repetiram os esquemas que a escola tradicional utilizou. Duas teorias da aprendizagem relativas à educação têm vindo a ser teorizadas nos museus em contraponto ao modelo “behaviorista”: o construtivismo e o modelo hermenêutico (ou da compreensibilidade). Autores e educadores articulam diferentes descrições e diferentes abordagens do construtivismo, uma corrente geralmente associada a Lev Vygotsky e a Jean Piaget, e na educação artística a Maxime Greene (Homs, 2011, p. 72 – 74). A tese central é que cabe ao sujeito elaborar o seu próprio conhecimento: o conhecimento não pode apenas ser transmitido de uma pessoa a outra; ele é construído por cada sujeito. Todo o conhecimento assenta na sua natureza social (Ferreira, 2016, p. 20).

O autor que mais enfatiza esta abordagem para a área da educação nos museus é George Hein (2006, p. 347 - 348), para quem os museus devem alterar as suas práticas

numa série de modos para promoverem a emergência do **“museu construtivista”**. Os museus podem ativamente apoiar os visitantes. Para isso é necessário provocar a conectividade entre o seu conhecimento anterior e a informação que as exposições disponibilizam. Neste sentido, Hein (2006, p. 347) sublinha a necessidade de serem facultadas aos visitantes condições de conforto físico e intelectual (historicamente, poucos museus tiveram em atenção estas ideias).

Os diversos estilos de aprendizagem dos públicos devem ser tidos em atenção pelos mediadores / educadores do museu. É essencial saber como é que o meio social e cultural dos indivíduos influencia as suas experiências como visitantes, e interessa também dar a conhecer aos visitantes o processo de pensamento subjacente à exposição e envolvê-los neste processo de vários modos.

Susana Gomes da Silva (2007, p. 59 - 60) comenta que “os museus, em geral, e as exposições em particular, têm o potencial de ampliar, expandir e reestruturar os esquemas conceptuais e mentais dos visitantes. Esta ampliação e reestruturação é o resultado de um processo de interpretação aberto e ativo (...), sendo uma interpretação a partir dos objetos e das relações estabelecidas com estes capaz de criar desafios que conduzam os sujeitos à resolução de problemas que permitam reelaborar e acomodar os conhecimentos prévios”, construindo novos significados e aprendizagens.

No trabalho com os públicos, no ato de “transmissão do museu” (Caillet, 1995, p. 69), são correntemente evocados os conceitos de “animação”, “ação cultural” e, hoje, principalmente, “mediação”.

No entanto, em Portugal, a expressão “serviço educativo” é dominante na grande maioria dos museus, mas coexiste com outras denominações, desde a equivalente “serviço de educação”, “serviço de ação cultural”, “serviço de extensão cultural” ou “serviço de ação comunitária”. Como refere Clara Frayão Camacho (2007, p. 28 – 29), a utilização destas expressões denota uma evolução temporal, as duas primeiras correspondendo a termos utilizados sobretudo nos anos setenta e oitenta do séc. XX, enquanto a última corresponde a uma utilização mais recente, inscrita numa perspetiva de atuação do museu no campo social, como visto anteriormente. A noção de “serviço educativo” normalmente corresponde a uma estrutura organizada, dotada de recursos

mínimos, designadamente pessoal, inscrita organicamente no museu em que se insere, com objetivos educativos.

Voltando ao termo “mediação”, na museologia, passou a ser utilizado com frequência, principalmente em França e nos países francófonos europeus. O termo designa essencialmente toda uma sucessão de intervenções realizadas no contexto museal, com o objetivo de estabelecer certos pontos de contato entre aquilo que é exposto (ao olhar) e os significados que estes objetos e sítios podem ter (o conhecimento). A mediação busca, de certo modo, favorecer a partilha de experiências vividas entre os visitantes na sociabilidade da visita, e o aparecimento de referências comuns. Trata-se, então, de uma estratégia de **comunicação** com caráter educativo, que mobiliza as diversas técnicas em torno das coleções expostas, para fornecer aos visitantes os meios para melhor compreenderem certas dimensões das coleções e de compartilhar as apropriações feitas (Desvalées e Mairesse, 2013, p. 53).

Mairesse (2015, p. 58) comenta que foi basicamente o livro de Elisabeth Caillet e de Evelyne Lehalle (1995), que garantiu a divulgação do conceito de mediação, uma noção mais vasta que educação ou pedagogia: um professor diz: “Eu ensino-te”, enquanto que um mediador diz: “Eu faço-te aprender”. Essa distinção reflete

a diferença entre um ato de formação e uma tentativa de sensibilização, levando o indivíduo a terminar o trabalho pela apropriação que fará dos conteúdos propostos. O primeiro subentende uma coação e uma obrigação, enquanto que o contexto museal supõe a liberdade (Schouten, 1987, citado em Desvalées e Mairesse, 2013, p. 38 - 39).

A própria mediação não visa transmitir um saber, mas sim desencadear o desejo de saber mais. A mediação não aborda as obras, os objetos, os conceitos na perspectiva de conhecê-los no sentido de aprender, “ela faz-se do exterior e tende a deixar que se sinta o mais imediatamente possível aquilo que está no interior: despertar o interesse” (Mairesse, 2015, p. 59).

Na perspectiva sociocultural, a relação do homem com o envolvimento cultural, institucional e histórico, no qual toda a ação ocorre, é sempre mediada (Wertsh, Del Rio, & Alvarez, 1995, citado em Ferreira, 2016, p. 58). Desde a infância, período em que a criança participa no envolvimento através da mediação por instrumentos culturais,

nomeadamente a linguagem, que a relação do ser humano com o envolvimento é mediada. É através dessa mediação que a criança constrói significados (Pierroux, 2007, citado em Ferreira, 2016, p. 58).

Inês Ferreira (2016, p. 59), segue Latour (1993)

que desenvolveu a sociologia das associações, teoria na qual o conceito de mediação é central. Segundo essa teoria os objetos são mediadores entre entidades que, de outra forma, estariam separadas mas, simultaneamente, transformam essa ligação. Mediar é, assim, associar e transformar. Quando Latour desenvolveu a Teoria Ator Rede (ANT), com Law e Callon, também chamada de Sociologia da Interpretação (Latour, 2005, p. 106), renovou o conceito de mediação, considerando-a não como simples transporte de significados inalterados por um intermediário mudo e passivo, mas como construção de relações, integrando um aspeto transformativo. Mediar é, assim, associar e simultaneamente interpretar, pelo que “o significado não é simplesmente transportado pelo mediador, mas é em parte constituído, movido, recreado, modificado” (Latour, 2005, p. 39). Mediação implica a existência de agentes mediadores. Latour distingue entre intermediários e mediadores. Ver um objeto como intermediário “significa não questionar o que o objeto faz” (Pierroux, 2007, p. 100), ou seja, ser intermediário é transportar lealmente ações e significados. Por outro lado, ver o objeto como mediador “é questionar o que o objeto faz” (ibid.), o mediador não se limita a transmitir informação, transforma aquilo que é mediado.

Para tentar abarcar a complexidade cultural e múltiplas abordagens da mediação, François Mairesse e Serge Chaumier (citado em Mairesse, 2015, p. 61) definiram duas posições decididamente diferentes que podem ser assumidas na mediação. A posição **“informação-compreensão”**:

Na maioria das vezes é a transferência de informações que constitui o desafio principal de numerosas ações de mediação dentro do museu: dar informações sobre a história de uma obra ou sobre uma descoberta científica, que encontramos tanto nas tradições educativas, quanto através das linhas jornalísticas. É, ainda, de certa maneira, essa tendência que encontramos, de forma mais difusa e mais aberta, entretanto, através da corrente da interpretação, tal como é ressaltada na obra de Freeman Tilden. A lógica da interpretação abre-se aos públicos de maneira mais ampla, da mesma forma que a lógica da tradução: as diferenças de níveis de discurso requerem muitas vezes reais esforços de tradução. Esses dois últimos princípios baseiam-se numa maior vontade de conhecimento dos públicos a quem o mediador se dirige, e uma maior atenção para com o seu o grupo. No extremo oposto do mesmo eixo, é primeiro a compreensão que aparece como prioritária: não se trata de receber informações, mas sim de compreender e, de certo modo, de se transformar a si próprio. Muitas abordagens pedagógicas (Steiner, Freinet,

Montessori ou Decroly) insistem assim bem mais sobre a aprendizagem por si mesma e a compreensão, do que sobre os dados que resultam de uma lógica sistemática de instrução. É, evidentemente, nessa mesma perspectiva que se situa a maior parte dos (...) pioneiros da lógica ecomuseológica.

A outra posição referida por Mairesse e Chaumier trata da relação que a mediação mantém com o indivíduo ou o grupo. Um grande número de práticas insiste nos resultados individuais, sobre o que se baseia a maior parte das avaliações dos públicos, mas as atividades podem visar mais um trabalho com o grupo, ou seja, deixar as pessoas falarem, refletirem, expressarem-se, comunicarem, partilharem, isto é, criar também um laço social, visando a apropriação conjunta da cultura (Mairesse, 2015, p. 62). Será a acreditar mais neste âmbito que iremos abordar a mediação no Museu do Dinheiro.

Independentemente do mediador ser um clássico guia-conferencista ou ser um animador de rede, adepto da participação e das ações coletivas, consideramos que, citando novamente Mairesse (2015, p. 70), este deve ser primeiramente guiado por uma vontade de emancipação ou de expansão pessoal do grupo. Neste sentido, o museu deve ser claramente, seja como um templo ou um fórum (segundo a expressão de Cameron, citado em Mairesse, 2015, p. 70), como um **lugar de transformação**.

Consideramos também interessante salientar os pontos comuns entre a mediação e o marketing nos museus, dado que o ponto comum é a sua relação com o público, no entanto, as abordagens e objetivos são diferentes (Mairesse, 2015, p. 68 – 69). Atualmente a linguagem contemporânea de marketing atribui muita importância à experiência sensorial e pouca à introspeção reflexiva sobre a experiência em si, o que se torna numa visão redutora da experiência de participação no museu (Kotler, 2003, p. 4 - 5).

E o que é afinal a **participação dos visitantes / públicos**? Destacam-se três conceitos orientadores: o primeiro, defendido por Stephen Weil (2007), de que a instituição se centra nos públicos; o segundo, largamente debatido por George Hein (1998) e por Falk e Dierking (2000) de que o visitante constrói significados; o terceiro, em que Pollock foi um dos impulsionadores, de que a voz dos utilizadores pode informar a instituição (Simon, 2010, citado em Ferreira, 2016, p. 276).

O indivíduo pode participar de uma experiência a diferentes níveis, mais ou menos ativos, mas todos “participativos”, como comenta Nina Simon (2010, p. 2 - 7) que desenvolve o conceito de “Museu Participativo” e recorre ao termo **“Visitante/Participante” (V/P)**, assumindo que o visitante é participante. Ou seja, o visitante pode criar, partilhar, contribuir com ideias, discutir, relacionar-se com outros, socializar.

Uma questão relevante, apontada pela autora, é que a participação alarga o espaço das instituições tradicionais, mas não as substitui, ou seja, **trata-se de um e e não de um ou**. Agora, pode questionar-se se um museu participativo é mais criativo do que um mais “tradicional”, e considerando que num museu participativo, o visitante cria e constrói conhecimento cruzando as suas ideias com as de outros, naturalmente a possibilidade de transformação e de surgirem ideias ou relações novas é maior (Simon, 2010, citado em Ferreira, 2016, p. 108).

Inês Ferreira (2016, p. 108) comenta que este conceito de museu participativo pode relacionar-se com o de “museu híbrido” (já falado anteriormente no ponto 1 do capítulo), dado que o “museu tradicional” baseia-se nos significados gerados pela instituição, enquanto que o museu participativo tem por base os significados gerados pelo utilizador / participante.

O relatório de um estudo promovido pela Wallace Foundation, em 2004 (Alan S. Brown, 2004, citado em Ferreira, 2016, p. 59 - 60), sugere cinco modos de participar nas artes que se considera criarem um contexto adequado à discussão sobre participação:

- “participação inventiva”, que envolve a mente, o corpo e o espírito e acontece quando a mediação convida o indivíduo a criar;
- “participação interpretativa”, que acontece quando a mediação convida a interpretar;
- “participação curatorial”, que acontece quando a mediação desafia o indivíduo a selecionar e organizar;
- “participação observacional”, que ocorre quando a mediação convida a observar e comentar algum objeto ou acontecimento;

- “participação ambiental”, que envolve a experiência do contacto com objetos *selecionados* pelo indivíduo, e acontece à medida que o visitante se cruza com objetos ou acontecimentos.

Alguns museus, como o Denver Art Museum (DAM), nos Estados Unidos (EUA), ou o Victoria and Albert Museum (V&A), no Reino Unido (UK), têm uma tradição forte e sustentada na aplicação destes conceitos, tornando realmente o museu num espaço de debate, questionamento e experimentação (DAM, 2012). Analisando o exemplo do DAM, pode questionar-se se a prática de trabalho colaborativo entre curadores e educadores / mediadores, com forte tradição neste museu é, de algum modo, determinante para o museu assumir de forma central o conceito de museu-fórum. Questiona-se, ainda, se a experiência continuada ao longo de várias décadas, de auscultação dos públicos e de trabalho das propostas interpretativas a partir dessa auscultação é decisiva na forma como este museu concretiza os conceitos teóricos (Ferreira, 2016, p. 16).

O conceito de participação toca algumas noções museológicas como a da **interpretação**, esta muito presente no mundo anglo-saxónico, e particularmente no contexto dos museus e sítios norte-americanos, e que considera, em grande parte, a noção de mediação (Desvalées e Mairesse, 2013, p. 53). Na perspetiva construtiva e participada da aprendizagem, a interpretação ganha um papel fundamental, pois refere-se ao modo como os indivíduos criam um sentido para as coisas. Nesta linha, é entendida como um processo mental levado a cabo pelo sujeito, correspondendo à construção de significados para o mundo que o rodeia e implicando, por isso, o desenvolvimento de competências de análise, crítica e síntese capazes de enquadrar o contínuo processo de modificação, adaptação e extensão que a aprendizagem ao longo de toda a vida implica (Gomes da Silva, 2007, p. 58).

Susana Gomes da Silva (2007, p. 58), com referência a Piaget, comenta que:

todo o conhecimento resulta da reorganização de um conhecimento anterior e toda a nova aquisição que tenha a marca da novidade é posta em relação com aquilo que foi adquirido previamente. Neste sentido, o conhecimento é o resultado da relação entre aquele que conhece e aquilo que é conhecido, não podendo ser separada do mundo social circundante nem do

contexto em que esta aprendizagem se realiza. É desta noção da aprendizagem, como um processo ativo resultante da dialética sujeito / objeto / contexto, que se parte para a conceção de atividades no museu, capazes de propiciar aprendizagens efetivas, sobretudo para as camadas mais jovens.

Segundo Dewey (citado em Gomes da Silva, 2007, p. 64), apenas as experiências que permitem abrir novas oportunidades de aprendizagem são educativas. Através da utilização de várias estratégias (propiciadas pela utilização dos vários sentidos) e da apresentação de várias perspetivas sobre o mesmo objeto/tema criam-se desafios que alargam a capacidade de resposta do aprendiz. A utilização dos vários sentidos permite ainda combater o monopólio da visão que impera no espaço museológico e contrariar o processo de constrangimento do corpo (Gomas da Silva, 2007, p. 65).

Aqui é importante destacar que os museus produzem conhecimento e os visitantes agora são convidados a participar na construção do conhecimento, ou seja, devem ter um papel ativo e não passivo / contemplativo como outrora. Os museus são espaços de aprendizagem de livre escolha e proporcionam múltiplas formas de aprendizagem em que cada um tem opção de escolha (Falk et al., 2006, p. 322 - 324).

Por sua vez, Inês Ferreira (2016, p. 14), afirma, na sua obra “Criatividade nos Museus – Espaços entre e elementos de mediação”, que a construção, interpretação e negociação de significados pelos visitantes exige que estes usem capacidades de pensamento crítico e criativo, pois,

no contexto de uma exposição, o visitante é desafiado a relacionar assuntos, imaginar para além do que vê, questionar-se sobre determinadas situações, recorrer às suas capacidades criativas. Quando, no mesmo contexto, é desafiado a escolher entre múltiplas formas de interpretação disponíveis, ou a definir o seu posicionamento perante diversas vozes que se apresentam, o visitante precisa de recorrer às suas capacidades críticas.

O pensamento crítico e o pensamento criativo são capacidades consideradas importantes para enfrentar com sucesso, a nível pessoal e profissional os desafios atuais da sociedade, dos quais se destacam dois: lidar com a quantidade crescente de informação e com a rapidez da mudança (Lau, 2011, citado em Ferreira, 2016, p. 13). O pensamento criativo auxilia o indivíduo a adaptar-se a situações novas, num tempo em

que a rapidez da mudança atingiu uma velocidade nunca vista. O pensamento crítico, por sua vez, é útil na escolha e tomada de decisões, tarefas importantes num mundo em que a multiplicação de informação e opções exige espírito crítico e capacidade de escolha. Neste enquadramento, e considerando-se o museu como espaço de reflexão e construção de significados, pode questionar-se o potencial dos museus para fomentar essas capacidades nos visitantes (Ferreira, 2016, p. 13).

É essencial conectar e tentar conhecer o público, perguntando às pessoas sobre as suas experiências, os seus sentimentos e perceções” (Fowler & Floyd, 1995, citado em Ferreira, 2016, p. 25). Deve privilegiar-se este trabalho de campo, no entanto, deparamo-nos com um problema relevante e central também na sociedade contemporânea que é precisamente preparar indivíduos para pensar crítica e criativamente.

Segundo Inês Ferreira (2016, p. 41 - 42) considera-se então que:

o “pensamento crítico” é uma capacidade cognitiva que todos têm, aplicável e útil em qualquer área – profissional ou pessoal – e que se pode aprender e treinar. É caracterizado pela análise racional, reflexão e avaliação e exige conhecimento, prática e atitudes corretas. É intencional e focado na tomada de decisão e resolução de problemas, com vista a melhorar as escolhas e decisões. (...) A imaginação é uma componente indispensável à criatividade e indissociável do pensamento criativo. O pensamento criativo é sempre um pensamento imaginativo (Greene, 1998). Gaut considera a imaginação o veículo ou fonte da criatividade ativa (Gaut, 2003, p. 279), que está no coração da aprendizagem, possibilitando a uma pessoa ver e pensar de novos modos. A imaginação permite, por isso, “olhar por detrás das coisas que existem e perceber novas possibilidades de visão, novas extensões da consciência” (Greene, 1998, p. 47, citado em Bedford, 2004, p. 6).

No quadro da relação entre públicos e serviço educativo é caracterizado o desempenho do programador como “orientador num vasto universo de sentidos possíveis (...); não é o programador apenas, mas a instituição no seu todo, que encarnam a “mediação ativa” entre a obra e os seus públicos, concebendo e implementando instrumentos que permitam suportar essa permanente busca de sentidos. Nesta perspetiva, “o Serviço Educativo define-se como um sector orgânico da maior importância, cujas competências desenvolvem, de forma coerente, todo um plano eficaz de enquadramento e otimização

desse potencial” (Honrado, 2007, p. 17 - 18).

Segundo Sara Barriga (2007, p. 44), para orientar os profissionais mediadores, propõe-se a elaboração do Plano de Ação Educativa, um documento que está na base da implementação e do desenvolvimento de um programa coerente e eficaz que deve responder a algumas das questões que surgem no universo quotidiano de um serviço educativo: que atividades educativas posso oferecer aos públicos de todas as idades? Quais são os públicos-alvo, reais e potenciais? Quais as suas expectativas e necessidades? Que parcerias necessito de estabelecer para qualificar a oferta educativa? Como planificar uma rede de contactos? Como incrementar os escassos recursos? Como é que o projeto educativo poderá ser avaliado e potenciado? Que metas? Que objetivos? Que estratégias?

A função educativa e cultural do museu, baseada nas respetivas coleções e acervos, deverá estar também esclarecida na sua missão e programação (Filipe, 2011, p. 4). Segundo Davies (citado em Barriga, 2007, p. 44), a missão é “uma conjugação de palavras que enuncia sumariamente: finalidade, valores, objetivos, estratégias e público-alvo de uma organização, de forma informativa, se possível, inspiradora”. A vertente educativa da missão deverá constituir uma linha de articulação entre as várias funções museológicas, expressa no seu modelo de gestão, desde a investigação e a incorporação, à conservação e à documentação, à interpretação e exposição e à comunicação e difusão (Filipe, 2011, p. 5).

É frequente encontrar instituições que definem o seu público-alvo como o público em geral, ou seja, qualquer tipo de visitante. Na prática, esta meta é bastante difícil de alcançar, ou mesmo realisticamente impossível devido à vastidão de programas que implica pôr em prática, de forma a atrair e satisfazer os diversos tipos de interesses, perspetivas ou necessidades, solicitadas pelo grande público. A categorização dos tipos de públicos pode ser feita de acordo com diversos critérios identificadores de grandes grupos. Em geral, estes critérios estão relacionados, por um lado, com a vocação e a missão da instituição e, por outro, com os interesses, motivações e as necessidades evidenciados pelos visitantes e membros da comunidade local: faixa etária, ciclo escolar, área profissional, necessidades especiais (cognitiva, motora, sensorial), características

específicas (étnicas, culturais, sociais, religiosas) ou afinidades sociais (Barriga, 2007, p. 51).

E o “mediador” ou profissional de serviço educativo? O que faz? Qual o seu perfil?

Como comenta Graça Filipe (2011, p. 8 - 9),

os profissionais de museu incumbidos da “mediação cultural em museus”, assim como todos os que estiverem envolvidos em serviços de públicos, devem ter formação inicial adequada ao seu papel de mediadores, através da qual adquiram as competências específicas e também necessárias à formação contínua, em contexto museal, que qualquer tutela lhes deve proporcionar. Apreendendo o museu como fenómeno social, que lida e vive com a realidade, os profissionais/mediadores devem aprofundar uma abordagem holística dessa realidade e dos patrimónios, estar preparados e motivados para acompanhar as mudanças, intervir na sociedade e contribuir para o seu desenvolvimento.

Segundo Teresa Duarte Martinho (2013, p. 425),

por mediadores culturais entendemos aqueles que asseguram um modo específico de as pessoas se relacionarem com a cultura e as artes. Distinguindo-se da conceção de mediação enquanto processo que procura resolver diferendos entre duas partes, a mediação cultural que aqui interessa é a que promove aproximações e encontros entre as pessoas e as obras de arte. Também ela com uma componente relacional e requerendo um mediador que intervenha como catalisador, visa a criação de algo acrescentado em termos de vivência e conhecimento.

O papel e a formação dos profissionais e das equipas de cada museu são aspetos essenciais na mediação com os utilizadores e os públicos. As competências e os desempenhos profissionais condicionam não só o projeto cultural e a própria conceção educativa da programação subjacente às atividades projetadas e desenvolvidas pelos museus, como também a relação dos públicos (e inerentemente da sociedade) com cada instituição museal (Filipe, 2011, p. 7).

A mediação cultural em museu ou o chamado serviço educativo assentam em especificidades, devendo, portanto, variar as formações de base dos profissionais, consoante o campo ou campos temáticos representados no museu e até o meio ou território em que este se integra. Portanto cada museu é uma instituição com dinâmica própria, mas os públicos carecem duma certa normalização de códigos e de meios de descodificação da informação e da linguagem científica (Filipe, 2011, p. 8).

Neste sentido, o mediador tem de conhecer ou identificar especificidades das diversas áreas funcionais do museu. Tem também de estar motivado e preparado não só para comunicar com os públicos, mas também para conhecer e procurar meios para estabelecer a comunicação com os não-públicos. O acolhimento de públicos exige hoje uma diversidade de profissionais e uma grande disponibilidade e capacidade de atualização e de adaptação às tecnologias e de interação com os públicos (Filipe, 2011, p. 9). Portanto, por um lado, os museus são desafiados a responder de forma criativa a públicos diferenciados, no entanto, os seus profissionais são cada vez mais pressionados por objetivos e metas a atingir, assim como pela diversificação de tarefas a desempenhar, pouco tempo lhes sobrando para pensar o que fazem, como e porque fazem (Falk et al., 2006, p. 325).

Os profissionais assumem por isso, por vezes, uma atitude menos crítica e criativa no desenvolvimento do seu trabalho. Se, teoricamente, o museu é um espaço de questionamento e reflexão, de encontro entre o passado, presente e futuro, onde cada um aprende e constrói significados (Hooper-Greenhill, 2011, p. 362) de forma pessoal e contextual (Falk, 2009, p. 159) pode questionar-se se as práticas não estarão aquém desse potencial.

O perfil traçado por Teresa Duarte Martinho, (2013, p. 424), na sua investigação, à semelhança do que outros estudos efetuados sobre mediadores culturais (Aubouin, Kletz e Lenay, 2010; Rodrigues, 2012, citado em Martinho, 2013, p. 424) concluíram, revela pertencerem essencialmente a uma faixa etária jovem, por volta dos 30 anos, que possuem qualificações escolares elevadas, e que entre as suas áreas de formação académica predominam as artes visuais, a história de arte, a música; seguem-se a arquitetura, o *design*, a ilustração, a psicopedagogia. Quase exclusivamente do sexo feminino, a maior parte trabalha em regime de pluriatividade, com o estatuto de *freelancer*, a “liberdade que condena”. Por um lado, devido à jovialidade do perfil, trata-se de um trabalho que contribui para o enriquecimento dos percursos nos campos respetivos e é mais flexível, mas, por outro lado, representa uma atividade incerta, devido a fatores como o ritmo sazonal da afluência dos públicos e da programação e a quase ausência de formalização do vínculo entre as entidades e os colaboradores, quando são essenciais para cumprir a missão do museu. Percebe-se, portanto, a

presença pouco integrada dos mediadores nas instituições (Peyrin, 2010, p. 90 – 93).

O que dizer quando perguntam a profissão? Mediador cultural; educador de museu; técnico de serviço educativo; guia de visitas em museu; artista; músico; historiador e crítica de arte; mediador e artista; artista e professora.

As ocupações recentes, como esta, são percecionadas de uma forma pouco clara e mais difusa, mais aliada à situação precária daqueles que as desempenham e à inexistência de formação no sistema de educação na área, explicando assim algum desconforto perante a questão. No entanto, é importante esta reflexão para pensar a sua identidade e para uma maior profissionalização assumida e reconhecida.

Neste processo, encontram-se em jogo três momentos considerados cruciais: a auto-perceção, ou seja, a maneira como as pessoas se veem a si mesmas; a representação, isto é, a forma como se apresentam aos outros; e a designação, ou seja, o modo como os outros, pessoas e instituições, as designam (Heinich e Ténédos, 2006, p. 76, citado em Martinho, 2013, p. 433).

Aurélie Peyrin (2010, p. 48), no seu livro “Être médiateur au musée”, apresenta um capítulo com o título “La passion du métier par amour de l’art”, o que me parece ser um indicador bastante relevante. Isto porque, quer neste citado estudo, quer na investigação de Teresa Duarte Martinho (2013), todos os mediadores entrevistados convergem no reconhecimento de terem muito gosto pelo trabalho de mediação; que implica vontade e capacidade de investigar e comunicar; e que requer constantes investimentos pessoais, capacidade para acolher as manifestações dos públicos, ter criatividade na conceção de atividades e capacidade na organização e condução das atividades.

Em relação às **medidas de avaliação educativas** utilizadas nos museus, estas são, de um modo geral, pontuais. As avaliações centradas nas aprendizagens nos indivíduos, como, por exemplo, a proposta por John Falk (1998, 2007), o “Personal Meaning Map” (PMM), são utilizadas na investigação com a intenção de avaliar as aprendizagens em contextos informais, fundamentado num paradigma “relativista-construtivista”, que reconhece aos indivíduos que visitam e/ou participam em programas em ambientes informais, de

livre-escolha, serem portadores para a experiência de *backgrounds* de conhecimento variados. Este conhecimento diversificado, tal como o contexto social e físico da experiência, dá corpo ao modo como a pessoa percebe e interioriza a própria experiência. O procedimento requer apenas que tempo e meios sejam providenciados ao sujeito para escrever as suas ideias, *top-of-mind*, sobre um conceito ou imagem, seguido de uma entrevista aprofundada conduzida pelos investigadores. As palavras do próprio sujeito são usadas na entrevista de *follow-up*. A natureza dos mapas de significação, entretanto criados, “refletem” a realidade cognitiva do sujeito e não a do investigador (Falk et al., 2006, p. 321 - 322).

A comunicação e a interface de diálogos do museu com os públicos, assim como as aprendizagens que o museu pode e deve proporcionar-lhes, não se esgotam nas iniciativas que constam da oferta de um serviço educativo, são fruto de uma planificação e de um trabalho transversal a toda a equipa, responsabilizando-a e levando-a que os seus elementos interajam, reconhecendo o papel de cada um e do seu conjunto (Filipe, 2011, p. 5).

Deve ser delineado e concretizado com regularidade um programa de comunicação e de divulgação de atividades, utilizando também o sítio web do Museu, explorando-o para tornar acessível o máximo de conteúdos sobre e produzidos pelo museu, assim como horários e outras informações que facilitem a utilização e o acesso aos serviços prestados.

O êxito do museu depende da qualidade das experiências que proporciona aos seus visitantes, isto é, do modo como lida com o seu próprio programa. Estas experiências dependem de fatores extrínsecos e intrínsecos. A qualidade física, as condições expositivas do trabalho de curadoria⁴ relacionam-se com o primeiro fator e as características socio-psicológicas, culturais e educacionais dos visitantes das exposições, com o segundo. Hoje, assistimos

⁴ Entenda-se curadoria como pesquisa de coleção e curador como o pesquisador de coleção e, em consequência, aquele que define o conteúdo da exposição. Ou curadoria como o processo que integra todas as ações em torno da coleção ou do objeto museológico: aquisição, pesquisa, conservação, documentação e comunicação (Desvallées e Mairesse, 2013, p. 33).

(...) ao surgimento de uma panóplia de serviços para os vários tipos de público, que incluem visitas guiadas (de vários tipos), atividades hands-on, palestras, programas para as escolas, publicações específicas. Além das visitas orientadas, incluem-se aqui os programas informais de aprendizagem, programas para as famílias, ateliês, cursos de formação, partenariado com outras organizações, programas escolares e programas educacionais online, que visam o êxito e justificam a existência do museu. Por vezes, estas acções tentam conseguir novos modos de agir, numa procura de novas aproximações com os visitantes (Fróis, 2008, p. 66).

2.3. A tecnologia, a interação e a mediação

Como comenta Graça Filipe (2011, p. 6),

a vida de um museu e toda a actividade museal estão em constante evolução, exigindo organização para que exista um processo de interacção com o meio e com a sociedade em geral. para que aconteça essa interacção, a comunicação tem de ser activada, tornando os bens culturais estímulos de “conversação”, através do trabalho e dos meios de mediação.

Miguel Honrado (2007, p. 18) cita Paulo Filipe Monteiro quando comenta que

não é por acaso que dois dos maiores sociólogos contemporâneos Habermas e Luhmann, se centraram ambos nas mediações da comunicação para construírem as suas teorias da sociedade atual, em que todas as atividades e instituições reenviam ao campo dos media – “media” aqui no sentido de dispositivos de mediação. Há que pensar na experiência contemporânea tendo em conta a importância fundamental dos mecanismos de mediação, que de um modo ou de outro relacionam os valores divergentes das instituições.

Somos assim introduzidos na necessidade urgente de um trabalho de mediação, tanto mais incontornável quanto maior é a complexidade das sociedades contemporâneas, requerido por uma crescente autonomização das várias esferas de ação que as compõem (Honrado, 2007, p. 19).

Essa problematização tem levado a que, nos últimos anos, se apliquem, nos museus nacionais e estrangeiros, recursos orientados para a virtualização do património, pois “a tecnologia como o 3D, a realidade virtual ou a realidade aumentada, permite um processo de comunicação mais atrativo e contextualizado” (López e Cáceres, 2014, p. 84).

O uso de novas tecnologias em exposições não é, no entanto, um evento exclusivamente contemporâneo. Desde o início do século XX, muitos museus questionaram como aproveitar as possibilidades oferecidas pelas várias novas tecnologias que foram aparecendo ao longo do tempo. Na Alemanha, por exemplo, já no final dos anos 1920, a prática das chamadas "exposições educativas" incluiria, pela primeira vez, novos recursos e técnicas, como fotomontagem de grande formato e projeções de filmes, por parte de arquitetos como Walter Gropius ou Mies van der Rohe e artistas como El Lissitzky, Herbert Bayer ou Lászlo Moholy-Nagy, entre outros membros proeminentes da Bauhaus (Boya i Busquets e Gomis, 2005, p. 4).

Em 1928, é realizada uma grande exposição, "Pressa", em Colónia, sobre a imprensa. A sala soviética concebida por El Lissitzky iniciará um novo conceito de exposição, marcada por uma comunicação mais eficaz. Lissitzky associaria arquitetura, design gráfico, fotografia, som e cinema, com o objetivo de informar o público internacional sobre a importância da imprensa na sociedade soviética desde a Revolução (Boya i Busquets e Gomis, 2005, p. 5).

O contexto das exposições universais do período de entre-guerras (1914-1939) também constituirá um laboratório para a experimentação de novos conceitos e técnicas de exposição como a de Nova York, de 1939. Organizada sob o lema "O mundo do amanhã", reunirá alguns dos mais influentes arquitetos, artistas e designers da época, como Salvador Dalí que participará no desenvolvimento de um conceito de exposição, chamado "Sonho de Vénus", uma nova forma de exibição, mais focada na museografia e no visitante do que no objeto, articulada em torno de um único discurso temático e com uma equipa mais multidisciplinar. Este conceito começa a difundir-se e a consolidar-se internacionalmente (Allwood, 1977, Rydell, 2000, citado em Boya i Busquets e Gomis, 2005, p. 5).

Os Parques Nacionais, nos EUA, serão dos primeiros a representar este avanço nos recursos expositivos, como é destacado num artigo intitulado "Audio-visuals aids in National Park Museum", publicado na revista Museum News, em 1948, que fala da excelência das novas tecnologias implementadas pelo National Park Service. Mas, no geral, no panorama museológico universal, a sua utilização será ainda muito limitada e

menos espectacular que os das grandes exposições universais (Boya i Busquets e Gomis, 2005, p. 7 - 8).

Neste período, nos EUA e Canadá, relembramos que surgia e se consolidava o conceito de "Interpretação", por Freeman Tilden (2003, [1957]), responsável pela ação cultural dos parques naturais americanos durante esses anos. Para os seguidores desta tendência, a incorporação das novas tecnologias constitui um meio para fazer as suas exposições mais didáticas e mais comunicativas, e estimular o interesse e a curiosidade dos seus visitantes, o que seria a verdadeira porta de acesso ao conhecimento (Boya i Busquets e Gomis, 2005, p. 9).

A reivindicação do novo papel social e educacional dos museus, pelas correntes de "Nova Museologia", passaria também pelo desejo de modernização das técnicas de exposição, o que se verificaria, nos anos 1980, especialmente com o surgimento no mercado e a generalização das novas tecnologias de informação e comunicação (Brown, 2017, p 158 – 159).

A introdução e o uso maciço destas tecnologias terão lugar em museus e centros de ciência e tecnologia. Especificamente, no contexto europeu, a abertura ao público, em 1986, da nova *Cité des Ciencias et de la industrie de la Villette* em Paris, embora não haja unanimidade em considerá-la um museu, constituirá um marco importante na popularização do uso expositivo dessas novas tecnologias (Andersson, 2001, p. 371 - 373).

Uma instituição especialmente influente, onde as novas tecnologias ocuparão um lugar central, será o *Musée de la Civilization* do Québec, inaugurado em 1986 (Boya i Busquets e Gomis, 2005, p. 7 - 8).

No que diz respeito aos museus de arte, o uso de novas tecnologias será introduzido mais através da apresentação de exposições com obras de natureza audiovisual e multimédia de alguns artistas, do que o seu uso para fins informativos ou didáticos (Popper, 1993, citado em Boya i Busquets e Gomis, 2005, p. 7 - 8).

A partir deste momento, destacam-se os dispositivos multimédia interativos, com fins

informativos ou de jogo, e um novo conceito, o da **interatividade**, será o ponto central da atividade expositiva dos museus que, progressivamente, incorporará este tipo de novas tecnologias, fascinando o público em geral, especialmente as novas gerações. A partir de meados dos anos noventa, a aplicação e o desenvolvimento de novas tecnologias (TIC, tecnologias de informação e comunicação) em exposições serão condicionadas pelo uso generalizado de computadores pessoais, CDs e DVDs interativos, jogos e o acesso à Internet (Andersson, 2001 p. 371 - 373). O "museu didático" dos anos sessenta e setenta dará lugar ao conceito de "museu interativo" ou "museu multimédia" (Ruiz, 2005, p. 102).

Falamos de um museu com uma grande variedade de linguagens e recursos expressivos, das TIC, que nos permitem combinar e relacionar fontes escritas, com imagens, sons, inserindo-as em realidades virtuais e, ao mesmo tempo, interagir com elas (Ruiz, 2005, p. 102).

O papel que as novas tecnologias possuem na exposição deve ser considerado como um passo adiante na evolução da **museografia**⁵, que pretende corresponder às necessidades de comunicação cultural atual. O projeto museográfico interativo tem como objetivo ser um convite à participação (Ruiz, 2005, p. 102), pois permite a criação de espaços que submergem o visitante no discurso, através dos sentidos, melhorando a interação entre mensagem e audiência (Boya i Busquets e Gomis, 2005, p. 12 - 15).

Em projetos interpretativos, o uso da imagem como substituto dos elementos patrimoniais tem sido um passo fundamental, já que permitiu tratamentos que nunca poderiam ter sido possíveis usando o próprio objeto patrimonial. Neste caso, o uso da imagem digital como um substituto permite uma verdadeira experimentação e, no campo da difusão, pode ser considerado equivalente à função adequada do objeto

⁵ A palavra "museografia", (assim como *muséographie*, em francês), tende a ser usada, com frequência, para designar a arte da exposição. Em França, o termo *expographie* (expografia) foi proposto para designar as técnicas ligadas às exposições, estejam elas situadas dentro de um museu ou em espaços não museais. De maneira mais geral, aquilo que se intitula de "programa museográfico" engloba a definição dos conteúdos da exposição e os seus imperativos, assim como o conjunto de relações funcionais entre os espaços de exposição e os outros espaços do museu (Desvallées e Mairesse, 2013, p. 59).

patrimonial em questão (Deloche, 2016, p. 150 - 151). Portanto, um museu que se concentra na exposição contextual das coleções, auxiliado pelo uso integrado dos novos recursos tecnológicos pode conseguir recriar, reconstruir, configurar e, em última instância, facilitar a interpretação (Ruiz, 2005, p.102).

Consequentemente, como comentam Boya i Busquets e Gomis (2005, p. 15 - 16), podemos assumir a diferença entre “museografia tradicional e museografia multimédia. Museografia tradicional usa os recursos tradicionais como design gráfico, vitrines e projeção audiovisual, enquanto que a museografia multimédia é a que combina recursos museográficos tradicionais com novas tecnologias concebidas, dentro do próprio conceito museográfico”. Neste sentido, é essencial colocar as variáveis fundamentais que compõem um projeto com museografia multimédia dentro de uma estratégia de comunicação, de acordo com os objetivos da exposição: conteúdo, design, tecnologia e gestão.

Verifica-se que os dispositivos interativos introduzem um novo relacionamento com os objetos; propõem criar oportunidades para agir, experimentar e decidir. São, portanto, uma ferramenta de comunicação. A interatividade vem da estratégia persuasiva: envolve o visitante, passa haver um "nós inclusivo" ou do "eu" fácil de usar. A participação do visitante é requerida, ele torna-se num elemento do sistema geral da exposição. Mas seja qual for a forma da interação e a complexidade das relações do visitante com o sistema interativo, a comunicação permanece unilateral e pode não haver uma troca recíproca (Schiele e Boucher, 2001-2002, p. 39).

O áudio-guia individual pode ser um elemento importante, e normalmente popular, que complementa a estrutura museográfica. Este sistema permite o acesso a aspetos específicos da informação, de uma forma mais autónoma e intimista / reservada. Também podem ser acompanhados por música e / ou efeitos sonoros que contextualizam a informação e aumentam a atenção do público (Boya i Busquets e Gomis, 2005, p. 16 - 17). Mas falaremos mais à frente sobre esta opção na análise de caso.

A dimensão digital está presente de forma transversal no desenho de um museu

orientado para a participação do público nas plataformas das redes sociais, na utilização das ferramentas móveis e na personalização da experiência de visita. A expressão "museu fora de muros" do seu recinto físico refere-se à política "além das paredes do museu" formulada, em 2012, por Nancy Proctor, do Instituto Smithsonian. De acordo com essa perspectiva, aplicações móveis, sites móveis, blogs, Twitter, páginas do Facebook e guias do Pinterest são parte dos espaços digitais compartilhados por museus e audiências de acordo com as melhores práticas, interações e trocas (Juanals e Minel, 2016, p. 164).

A presença de museus na rede acabou, então, por se tornar uma necessidade real (Bellido Gant, 2013, p. 27), dado que permite a participação do público e um tipo de museu comunitário. Ou seja, esta noção de museu no mundo digital acabou por levar à denominação de **"museu virtual"** (ou "cibermuseu", mais utilizada em francês), mas o "virtual" não se opõe ao "real". De uma maneira geral refere-se aos museus representados nos seus *sites* onde "uma coleção de objetos digitalizados, articulada logicamente [...], permite transcender os modos tradicionais de comunicação e de interação com o visitante [...]; ele não dispõe de um lugar ou espaço real, e os seus objetos, assim como as informações associadas, podem ser difundidos nos quatro cantos do mundo" (Schweibenz, 2004, citado em Desvallées e Mairesse, 2013, p. 67).

No entanto, o surgimento e incorporação destas tecnologias de informação e comunicação no campo do património pode, segundo a UNESCO, representar um perigo para a diversidade das culturas e a sua riqueza patrimonial, material e imaterial, devido a uma apropriação excessiva do conhecimento científico e técnico. Também afirma que a "divisão digital" constitui um novo fator de exclusão social e cultural, razão pela qual deve ser dada prioridade às ações de alfabetização e inclusão digital (Homs, 2011, p. 145).

A aposta a este nível tem sido muito significativa, assim como os seus resultados. Foi apontado que no início, por volta de 1993, foram contados 130 *sites*, em comparação com 650 mil, no início de 1997; hoje não poderíamos dizer quantos milhões existem (Bellido Gant, 2013, p. 27).

As visitas reais ao Museu do Louvre foram estimadas em mais de sete milhões de

visitantes por ano; mas, a quantidade de visitantes virtuais que visitaram o *site* do museu em um número aproximado a um milhão por mês (Bellido Gant, 2013, p. 27). Criar, portanto, um “museu virtual” é, hoje, fundamental para as suas instituições. É uma ferramenta para fornecer informações ao público; o seu acesso é público e gratuito, e há a viabilidade de chegar a públicos longe da sua área geográfica. Ter uma página da web fornece prestígio aos museus, uma vez que potencialmente contribui para criar uma imagem de marca, permitindo que se destaque; e é uma forma de divulgar e promover o museu pois já se percebeu que as visitas aos sites complementam as visitas reais e não competem com elas e que quanto mais pessoas visitam o site do museu na Internet, mais pessoas o visitarão na vida real (Bellido Gant, 2013, p. 28).

Em contrapartida, Cunliffe (2002, citado em Bellido Gant, 2013, p. 28) refere que já foi demonstrado que as instituições perdem 40% das suas visitas, caso a sua experiência com o site seja negativa, enumerando os três principais problemas dos sites dos museus: o desenvolvimento do site sem uma noção clara do objetivo; a falta de avaliação para saber se satisfaz as necessidades e desejos dos usuários; e o material no site, que duplica o do espaço físico do museu, sem aproveitar as possibilidades que fornece.

O Google Art Project, um dos maiores projetos de museus on-line, começou em fevereiro de 2011. Em 2013, possuía a colaboração com 151 instituições de 40 países no mundo e 10 000 peças digitalizadas, permitindo um passeio virtual pelas salas dos museus selecionados. O projeto incorpora um sistema de busca múltiplo que permite pesquisar por coleção, título ou artista (Bellido Gant, 2013, p. 29). Para ser ter noção do seu crescimento, hoje, em 2018, trabalha com mais de 250 instituições, colocaram 45 000 obras de arte de mais de 6000 artistas online. Também incluiu a construção de visitas em 360 graus de galerias individuais utilizando a tecnologia Street View para “interiores”. As pessoas podem selecionar qualquer uma das 45 000 obras, em alta definição, e construir a sua própria galeria personalizada. É possível adicionar comentários a cada pintura e toda a coleção pode depois ser partilhada com familiares e/ou amigos nas redes sociais para que os usuários compartilhem as suas experiências⁶.

⁶ <http://www.google.com/culturalinstitute/about/artproject/> consultado a 13 de fevereiro de 2018.

Como comenta Nina Simon (2010, p. 350):

the cultural and technological shifts that accompanied the rise of the social Web have changed people's expectations of what makes experiences worthwhile or appealing. People assume the right to co-opt and redistribute institutional content, not just to look at it. They seek opportunities for creative expression, both self-directed and in response to the media they consume.

A Web 2.0 é, então, caracterizada por ter um conteúdo flexível e dinâmico, que pode representar um novo conceito de aprendizagem e ensino, pois promove a colaboração e o conhecimento aberto, e incentiva a participação dos públicos. A informação adquire também um caráter coletivo, mas os usuários podem controlar as suas próprias informações. No entanto, López e Cáceres (2014, p. 84) defendem que é importante não confundir o meio com o fim, devem ter-se claros os objetivos do projeto educativo, ou seja, devem usar-se estes recursos no discurso, se representam um complemento com significado.

3. ESTUDO DE CASO: A MEDIAÇÃO CULTURAL NO MUSEU DO DINHEIRO

3.1. Metodologia de análise: conhecer o museu, as vivências dos públicos e a voz dos profissionais

Neste capítulo, explica-se a metodologia de estudo de caso do Museu do Dinheiro do Banco de Portugal.

Partindo do facto de o museu ser essencialmente interativo e multissensorial, o principal objetivo é medir o impacto das novas tecnologias, ou seja, analisar e interpretar o impacto das experiências que criam, no museu, com mediação pessoal e/ou mediação tecnológica, em contexto de visita orientada e de visita livre. Quais os pontos fortes e fracos dos vários tipos de mediação? Qual o papel dos mediadores culturais?

Ao falarmos de mediadores culturais, especificamente no museu, relembramos, como foi refletido no capítulo 2, que os consideramos como os profissionais de museu encarregues de executar as diferentes atividades para todos os públicos atuais e potenciais. Aliás, aproveitamos ainda o enunciado no *Referencial de profissões do ICOM* (2008), segundo o qual o mediador “participa na conceção e animação das atividades e dos documentos de ajuda que acompanham as exposições de longa duração e as exposições temporárias; participa na avaliação dos programas e das atividades; informa os/as responsáveis sobre as necessidades e expectativas do público no desenvolvimento de novos programas ou de novas atividades; possuindo, como formação inicial, diploma universitário de primeiro ciclo numa das disciplinas ligadas às coleções dos museus e/ou em pedagogia e/ou em comunicação”.

Referimos igualmente do fato do uso de tecnologias interativas digitais se estar a tornar cada vez mais comum, em museus e outros contextos de património cultural. No entanto, as tecnologias digitais (particularmente a multimédia interativa) também são acusadas de isolar os visitantes e distrair a sua atenção dos objetos físicos reais expostos (Damala et al., 2016, p. 1 -2), que é o que também pretendemos analisar no Museu do Dinheiro. Este estudo enquadra-se na crença de que, para poderem promover uma verdadeira aprendizagem, como escreve Susana Gomes da Silva (2007, p. 63),

as atividades educativas necessitam de envolver a mente (minds-on) tanto quanto as mãos (hands-on) e de permitir a produção de uma reflexão sobre a prática realizada, sobre o que se aprende e como se aprende. A organização das atividades em torno de conceitos-chave e a conceção de projetos educativos que constituam desafios (colocando problemas e levantando questões) e que impliquem uma participação direta dos participantes na resolução desses “problemas” são formas de enriquecer a experiência educativa. Participação que se faz também pelo envolvimento dos sujeitos nas tarefas, potenciando a inteligência emocional e afetiva (hearts-on). Só assim a trilogia da aprendizagem se completa: aprender-fazendo (hands-on), fazer-pensando (minds-on), pensar-envolvendo-se (hearts-on).

Tentamos, então, explorar o potencial da tecnologia interativa como uma forma de incentivo aos visitantes a interagirem com o património cultural em contexto museal, fisicamente, cognitivamente e emocionalmente, usando os seus sentidos, e a motivar a sua participação.

Estamos, portanto, a analisar a relação:

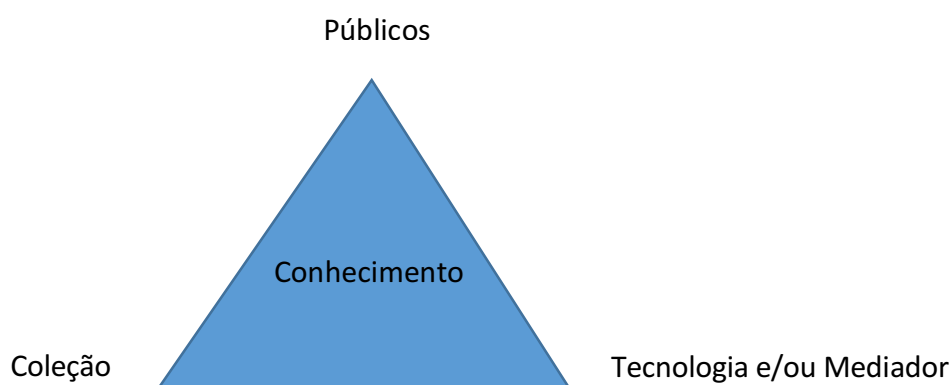


Figura 1 – Relação entre os públicos, coleção – conhecimento, tecnologia e/ou mediador.

2018. © Daniela Viela

Mas que públicos? O estudo foi destinado a visitantes adultos, portanto, a partir dos 18 anos, de nacionalidade portuguesa, por ter sido considerado o campo mais diverso e mais enigmático no que concerne à relação com a tecnologia multimédia, no museu. Muitas investigações demonstram que as gerações infantis, de hoje, apresentam uma apetência imediata pelos equipamentos audiovisuais e/ou interativos (Morduchowicz, 2008, p. 120 - 121), o que leva a crer que o seu uso, no museu, cria um contexto facilitador da

experiência de alguns visitantes. Logo, a problemática é ter as múltiplas e complexas leituras dos adultos e perceber as experiências e desafios que se potenciam, qual a interação entre o visitante e a exposição, concretamente no processo de descodificação dos objetos expostos e da museografia multimédia (Andrade, 2016, p. 160 – 162). Esta análise é motivada pelo facto de que o visitante também experiencia o que é filtrado pelo seu contexto pessoal, mediado pelo contexto social e integrado no contexto físico (Falk, 2009, p. 159), logo nos adultos temos um público mais diverso e com mais “bagagem / arquivo” de vivências.

Primeiramente, o trabalho foi constituído pela leitura, análise e recolha de informação e dados através de documentos internos, cedidos pelo Banco de Portugal, referentes ao projeto museológico. Estes fornecem dados são quantitativos e qualitativos do museu, como o estudo dos públicos e indicadores de avaliação por parte dos públicos, como questionários de avaliação das atividades educativas.

Em segundo lugar, passou-se ao trabalho de campo. O método de pesquisa de campo supôs, genericamente, a presença prolongada da investigadora nos contextos sociais em estudo e contato direto com as pessoas e as situações. Este método é uma estratégia integrada de pesquisa que organiza criticamente as práticas da investigação, incidindo nomeadamente sobre a seleção e articulação das técnicas de recolha e análise de informação. Aqui contrapõem-se as outras estratégias metodológicas da pesquisa que se aproximam à perspetiva sociológica, tais como as que assentam na análise dos dados estatísticos institucionalmente produzidos ou na de outros documentos; e as que têm, como principais procedimentos, a realização de entrevistas através de contatos pessoais de caráter pontual (Firmino da Costa, 2014, p. 129).

O meu trabalho de campo pode ser caracterizado em **6 momentos**:

1 – **exploração e conhecimento** profundo do espaço físico, exposições e respetiva ação cultural;

2 – **observação direta dos públicos**, no museu, em visita orientada e visita livre (ver Quadro 1);

3 – **observação direta dos mediadores**, no museu, em visita orientada e visita livre (ver

Quadro 2);

4 – questionários pós-visita a elementos dos públicos, a partir dos 18 anos, que tenham realizado visita orientada e visita livre (ver Apêndices VI, VII e VIII);

5 – entrevistas, gravadas, à Coordenadora de Programação e Coleções e à Coordenadora de Produção (transcritas na íntegra em Apêndices II e III);

6 – questionários a seis profissionais da equipa do Museu (ver Apêndice IV) **e a um especialista do projeto de design multimédia do Museu** (ver Apêndice V).

Realizou-se o cruzamento do enquadramento teórico inicial com esta análise de conteúdos e registos de observação, o que leva à discussão, pois como comentam Ferreira de Almeida e Madureira Pinto (2014, p. 57),

afirmar, a propósito das exigências da pesquisa empírica, que a teoria é um ponto de partida insubstituível e o elemento que comanda os seus momentos e opções fundamentais, não pode querer significar, entretanto, que a análise de situações concretas se circunscreve necessariamente no interior de um círculo traçado de antemão. (...) Não está excluído, em primeiro lugar, que a recolha de informação sobre uma situação concreta – que é sempre, em certa medida, única e a condensação de uma infinidade de determinações -, sendo embora orientada pelo quadro teórico prévio de referência, revele a necessidade de ajustar, especificar ou reformular este último, de modo a torná-lo um guia de observação do real mais preciso e eficaz.

Analisando detalhadamente o trabalho de campo:

1 - Exploração e conhecimento profundo do espaço físico, exposições e respetiva ação cultural – pretendeu-se adquirir profundo conhecimento sobre o espaço, coleção e programação;

2 - Observação direta dos públicos, no museu, em visita livre e orientada – a abordagem incide na interpretação a partir da observação empírica das práticas dos visitantes no museu, sem e com visita orientada, observando e analisando os atores no campo. Existe igualmente uma abordagem abrangente que provém da sociologia, dado que se conduziu entrevistas com esses atores, como veremos adiante.

A preocupação foi a de analisar a relação entre os públicos, a coleção e os dispositivos

de comunicação. Tivemos que estar atentos a situações concretas de comunicação, buscando apreender as práticas que constroem no espaço público, ou seja, como elas estruturam a "convivência" (Gellereau, 2005, p. 25). Tentou-se também perceber se os elementos mediadores potenciam a criatividade desse encontro e, se sim, de que formas (Ferreira, 2016, p. 153).

Bruce Tuckman (2000, p. 523) afirma que

na investigação qualitativa, a observação visa examinar o ambiente através de um esquema geral para nos orientar e que o produto dessa observação é registado em notas de campo.

Refere ainda que “a observação ou esse olhar” pode significar por vezes uma tentativa de confirmar ou não várias interpretações que emergiram das entrevistas (Tuckman, 2000, p. 523).

Neste sentido, foi desenhada, por mim, uma folha de observação, seguindo o percurso da exposição, para permitir estudar as trajetórias dos visitantes e as suas experiências nas diferentes interações. Vários padrões e dinâmicas dos públicos foram identificados. No total, foi realizada a observação a **50 elementos do público, em visita livre, e 155, no âmbito de 7 visitas orientadas**, de diferentes faixas etárias, **de 26 de abril a 12 de maio de 2018**.

Nesta interação social, existe a questão de evitar a interferência, mas “deve-se tê-la em consideração, devendo-se, sim, controlá-la e objetivá-la tanto quanto isso for possível” (Firmino da Costa, 2014, p. 135). Trata-se, portanto, de se conseguir considerar, na produção e análise dos dados, os processos sociais desencadeados pela pesquisa.

Na verdade, é através da observação direta e da comunicação com os outros que a informação sobre as realidades sociais que pretendemos conhecer nos chega. Para que o impacto seja, de facto, negligenciável, é necessário que o investigador faça parte daquele contexto social ou esteja com ele fortemente familiarizado por socialização ou aproximação prévias (Firmino da Costa, 2014, p. 135).

A participação é uma forma

(...) de se aproximar da ação e de se sensibilizar em relação ao que as coisas significam para os atores. Como participante, o avaliador está em posição de obter pontos de vista adicionais através da experiência direta dos fenómenos (Jorgensen, 1989, p. 15).

Para referir apenas alguns dos exemplos mais conhecidos, podem mencionar-se as tipologias de análise da utilização social dos espaços proposta por Edward Hall, dos movimentos corporais na comunicação interpessoal, desenvolvida por Ray Birdwhistell, das categorias e estratégias da representação da identidade nas interações do quotidiano, construída por Erving Goffman (citado em Firmino da Costa, 2014, p. 136).

Verificou-se, assim, a necessidade de um método de observação participante e continuada, ou seja, trata-se de “uma observação direta mas no sentido menos restrito, dado que se deu igualmente conversação informal” (Firmino da Costa, 2014, p. 137 - 138). Esta informalidade permitiu também obter respostas sem fazer perguntas.

3 – Observação direta dos mediadores, no museu, em visita orientada – decidiu-se focar na construção do discurso dos atores da mediação e nas suas práticas de comunicação, em articulação com a multimédia interativa. As pesquisas de campo são empíricas, tentando-se analisar as oportunidades e restrições dos mediadores no contexto do museu (Gellereau, 2005, p. 27).

Foi importante também colocarmo-nos do lado da produção do discurso / diálogo, como os mediadores pensam e organizam a situação de comunicação em que estão, de acordo com o seu público e os meios didáticos que dispõem, ou seja, entender uma variedade de situações de comunicação experimentadas pelos mediadores e como eles imaginam o seu papel nesta relação.

4 – Questionários pós-visita a elementos dos públicos, com visita orientada e/ou visita livre – a realização dos questionários pós-visita foram destinados a visitantes adultos, portanto, a partir dos 18 anos. Estas foram realizadas de 26 de abril a 12 de maio de 2018.

Em termos de interpretação qualitativa foi importante colocar questões que permitiram o entendimento da motivação de visita ao museu, as suas expetativas, que experiência

tiveram e que tipo de mediação preferiram. A análise do conteúdo baseia-se na interpretação das respostas.

Foi, portanto, elaborada a estruturação de um guião mas com algumas questões abertas.

Os questionários permitiram-nos explorar o “porquê” em contraste com o “quê” que foi observado. No total, foram realizados questionários a 126 visitantes, 56 após visita livre e 69 após visita orientada.

5 – Entrevistas à Coordenadora de Programação e Coleções e à Coordenadora de Produção – a realização destas entrevistas foram baseadas em guiões de perguntas previamente definidas, mas num contexto semelhante ao de uma conversa informal. a entrevistadora dirigiu essas questões às entrevistadas mas, sempre que se achou oportuno, fez perguntas adicionais para esclarecer questões que não ficaram claras ou para ajudar a recompor o contexto da entrevista. As entrevistadas receberam, depois, um resumo da entrevista sob a forma de um documento, para a sua validação. Um dos objetivos das entrevistas realizadas foi aprofundar o conhecimento sobre o projeto museológico, perceber quais as expectativas em relação à experiência da museografia interativa e qual o seu objetivo;

6 – Questionários a seis profissionais da equipa do Museu e a um especialista do projeto de design multimédia do Museu - o objetivo inicial passava por realizar entrevistas a toda a equipa, mas só se conseguiu efetuar as mesmas às Coordenadoras. Por motivos de agenda e de gestão de tempo, a restante equipa solicitou se se poderia enviar as perguntas, por e-mail, e responder da mesma forma, e foi o que se verificou. Neste sentido, considera-se este método o da realização de questionários, pois, seguindo o que expõem Marconi e Lakatos (2003, p. 201), “o questionário é um instrumento de colheita de dados, constituído por uma série de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do investigador”. Para Freixo (2013, p. 196 - 198), este método “não permite ir tão em profundidade como a entrevista, mas permite, no entanto, um melhor controlo dos enviesamentos”. Ao contrário da entrevista, “este instrumento que traduz os objetivos do estudo em variáveis mensuráveis, é geralmente preenchido pelos próprios sujeitos e sem assistência, podendo ser enviado e recebido pelo correio, inclusive o eletrónico. Este instrumento

de medida permite, eventualmente, ao investigador confirmar ou informar uma ou várias hipóteses de investigação, devidamente apoiadas em “conceitos” (Freixo, 2013, p. 198 - 200), neste caso, as representações dos profissionais sobre criatividade e participação no museu, e que elementos reconhecem que incentivam ou bloqueiam a mediação.

A grande questão a que, no final, tentamos responder é: o que é gerado no encontro dos públicos do Museu do Dinheiro com a tecnologia e com os mediadores?

3.2. Caracterização e análise do Museu do Dinheiro: a educação museal e a programação cultural como campos de atuação

A sede do **Banco de Portugal**⁷ localiza-se num quarteirão pombalino que inclui o espaço da antiga **Igreja de S. Julião**⁸, do início do séc. XIX. Este quarteirão está compreendido entre a Rua de São Julião, a Norte; a Rua do Ouro, a Este; a Rua do Comércio, a Sul; e a Praça de São Julião, a Oeste.

No século XVII, a Igreja de São Julião não se encontrava no local que ocupa hoje, mas sim a norte da Igreja de Nossa Senhora da Oliveira (cruzamento da Rua de São Julião com a Rua Augusta), de estilo românico. Com a destruição causada pelo terramoto de 1755, a igreja foi reconstruída em terrenos que parcialmente tinham sido ocupados pela Patriarcal de D. João V, igualmente arrasada pela catástrofe. A reconstrução da Igreja de São Julião foi concluída em 1810. Seis anos depois, um incêndio destruiu as cantarias e o recheio do templo, que teve de sujeitar-se a novas obras de reconstrução, as quais se prolongaram até 1854.

Entretanto, o Banco de Portugal viria a conhecer uma expansão tal que, a prazo, novas aquisições de casas foram necessárias, acabando por ficar na posse de todo o quarteirão quando compra a Igreja de São Julião à Arquiconfraria do Santíssimo Sacramento, em

⁷ <https://www.bportugal.pt/pt-PT/OBancoeoEurosistema/Historia/Paginas/default.aspx>, consultado a 13/12/2017;

⁸ http://www.monumentos.pt/Site/APP_PagesUser/SIPA.aspx?id=3448, consultado a 13/12/2017.

1933. A Igreja é dessacralizada, sendo o seu interior modificado em resultado da instalação das casas-fortes com as reservas de dinheiro e de ouro de Portugal. Estas sucessivas intervenções desvirtuaram a sua morfologia e danificaram os seus paramentos, em cantaria de elevada qualidade. Nos anos 70 do século XX, a antiga Igreja de São Julião esteve para ser transladada para outro local da cidade. Todas as pedras das suas paredes foram então numeradas sequencialmente, para permitir a reconstrução do edifício num novo local. A transladação acabou por não acontecer em virtude de alterações políticas, mas os números permaneceram inscritos nas pedras.

Após a demolição das antigas casas-fortes, o espaço foi utilizado como garagem temporária para os carros da administração.

Portanto, embora a fachada exterior aparente um conjunto homogéneo, as sucessivas alterações introduzidas no interior dos edifícios, decorrentes da evolução das necessidades funcionais do Banco e da sequente integração dos diferentes imóveis, levaram a uma progressiva debilidade estrutural do edifício, impondo-se uma urgente reabilitação.

A solução de uma recuperação estrutural surgiu com o reconhecimento de que se tornava impossível prosseguir com soluções temporárias. A decisão para a reabilitação e restauro do edifício da Sede do Banco de Portugal foi tomada em 2007, tendo em conta várias necessidades, que foram contempladas na empreitada (Banco de Portugal, 2012, p. 5):

- A reabilitação geral do edifício, incluindo o seu reforço estrutural;
- O cumprimento dos eurocódigos em termos de resistência antissísmica e proteção contra incêndios;
- A adoção de vários dispositivos de segurança e de saídas de emergência;
- A otimização das soluções energéticas do edifício;
- A instalação do Museu do Dinheiro do Banco de Portugal.

A instalação deste museu insere-se no projeto da Câmara Municipal de Lisboa de revitalização da Baixa-Chiado. Em setembro de 2006, o Comissariado para a Reabilitação

da Baixa-Chiado propôs o reforço do centro financeiro integrado ali localizado – do qual faz parte a Sede do Banco de Portugal – como contributo importante para a reabilitação daquela área. Esse reforço implica a manutenção dos centros de decisão das instituições financeiras sediadas na Baixa-Chiado, conjugada com a criação de áreas para fruição pública, como salas para exposição de coleções de arte e outros espaços culturais (Banco de Portugal, 2012, p. 8).

Neste contexto, o Banco de Portugal manifestou disponibilidade para, em conjugação com as obras necessárias à reabilitação e restauro do edifício da sua sede, instalar o Museu do Dinheiro no espaço correspondente à antiga Igreja de São Julião (Banco de Portugal, 2012, p. 8).

O levantamento e diagnóstico baseados em sondagens estruturais, desenhos e plantas do edifício que o Banco possuía permitiram verificar que, em dois dos edifícios, os andares do sótão e o imediatamente inferior estavam suportados em suspensão na estrutura do telhado, seguros por tirantes em vez de pilares. A ausência de pilares permitia a existência de salas mais amplas, mas constituía um risco. Na eventualidade de ocorrer um sismo de média intensidade (grau 6 na escala de Richter), as áreas com maior risco de desmoronamento seriam o edifício que alberga a Sala do Conselho, a Torre Sineira e o frontão da Igreja de São Julião, que tombaria para o exterior (Banco de Portugal, 2012, p 11).

Após o diagnóstico, a equipa projetista definiu um programa de ação para tornar os edifícios compatíveis com os eurocódigos relativos à resistência sísmica. Esta intervenção garante que os edifícios tenham um comportamento idêntico, em termos de segurança de pessoas e bens (Banco de Portugal, 2012, p 11).

No **Projeto de Arquitetura, de Gonçalo Byrne e Falcão de Campos**, a igreja foi integrada no edifício-quarteirão numa solução de continuidade, ou seja, prolongando-se as volumetrias contíguas e os elementos arquitetónicos (frisos, etc.). Os pilares em pedra de lioz, existentes na delimitação do espaço privado exterior, foram preservados (Banco de Portugal, 2012, p. 7 – 11).

Ao longo da obra, efetuaram-se escavações arqueológicas no espaço e picagens de

paredes para detetar os métodos e sequências construtivas da igreja. Deste modo, foi possível perceber que houve reaproveitamento de materiais antigos, como vestígios do altar-mor primitivo da Igreja de São Julião, que ardeu em 1816 (Banco de Portugal, 2012, p. 15).

No decurso das obras de reabilitação e restauro da sede, em 2010, foram realizadas várias descobertas arqueológicas. Uma equipa da empresa de arqueologia ArqueoHoje⁹ iniciou o projeto de arqueologia, na área da antiga igreja e em algumas zonas acessíveis dos edifícios da sede. Foram feitos vários achados com importante interesse histórico (Banco de Portugal, 2012, p. 7 – 15):

Nível moderno: *Uma das descobertas mais emblemáticas foi a estacaria pombalina, localizada especialmente nas fundações. Esta estacaria (composta por estacas e grelha) está associada aos trabalhos de reconstituição da zona da Baixa após o terramoto de 1755;*

Nível medieval: *O principal achado da época medieval é o troço da muralha de D. Dinis, junto ao qual foram encontrados vestígios de paredes meias e de pavimentos de casas construídas. A muralha de D. Dinis (1261 – 1325) foi construída para proteger a população e o comércio da Rua Nova dos Mercadores, dos ataques vindos do Tejo que resultavam em saques à zona ribeirinha;*

Nível romano: *Foi recolhido espólio com bastante interesse histórico, por exemplo, pedaços de ânforas. A análise da origem (algumas com marcas de oleiro) e do conteúdo destas ânforas poderão dar informação sobre produtos transacionados e sobre a relevância de Lisboa nas rotas comerciais dessa época.*

Necrópole: *Na nave central e nas alas norte e sul da antiga igreja foram encontrados vários enterramentos, realizados até à primeira metade do século XIX. Foram também descobertos alguns ossários.*

⁹ <http://www.arqueohoje.com>, consultado a 19/01/18;

Em virtude da classificação da muralha dionisina como monumento nacional, e tendo em consideração o seu interesse histórico para a cidade e para o país, o Banco de Portugal optou pela respetiva musealização, integrando a muralha num núcleo de interpretação – **Núcleo de Interpretação da Muralha de D. Dinis (NIMD)**. Este núcleo foi inaugurado em 2014, juntamente com a abertura da totalidade do edifício ao público com uma **exposição de arte contemporânea do Banco Europeu de Investimento**. A finalidade é assegurar a sua salvaguarda, a valorização, a divulgação e a criação de um sistema que garanta o acesso de todos os visitantes ao monumento e facilite a interpretação dos registos e dos achados arqueológicos que contextualizam o tramo de muralha, fazendo convergir na exposição diferentes narrativas (Banco de Portugal, 2012, p. 15).

O **Museu do Dinheiro**, inaugurado a abril de 2016, sob a tutela do Banco de Portugal, “apresenta o tema do dinheiro, a sua história e a sua relação com as sociedades e com o indivíduo através das coleções de numismática e notafilia do Banco”¹⁰. A estrutura do Banco de Portugal é constituída por vários departamentos, sendo o Museu uma área integrada no DCM – Departamento de Comunicação e Museu, cuja

*missão principal é elaborar e executar o plano estratégico de comunicação e de sustentabilidade do Banco, bem como desenvolver o Museu do Dinheiro, em conjunto com os restantes departamentos*¹¹.

O Museu é organicamente constituído por um Coordenador de Área, uma Coordenadora de Unidade e de Programação e Coleções, uma Coordenadora de Produção, dois Numismatas, uma Assessora de Comunicação, uma Engenheira Informática, duas Mediadoras / Assistentes de Museu e a Frente de Casa. A Frente de Casa é o serviço permanente operativo no atendimento ao público assegurado por empresas de serviços externos, de acordo com a entrevista cedida e gravada (transcrita na íntegra, em Apêndice II¹²), por Sara Barriga, Coordenadora da Unidade de Museu.

¹⁰ www.museudodinheiro.pt, consultado a 14/01/2018;

¹¹ <https://www.bportugal.pt/Organograma?mlid=642#comunicacao-e-museu>, consultado a 20/01/2018.

¹² Entrevista gravada a 19/07/2018;

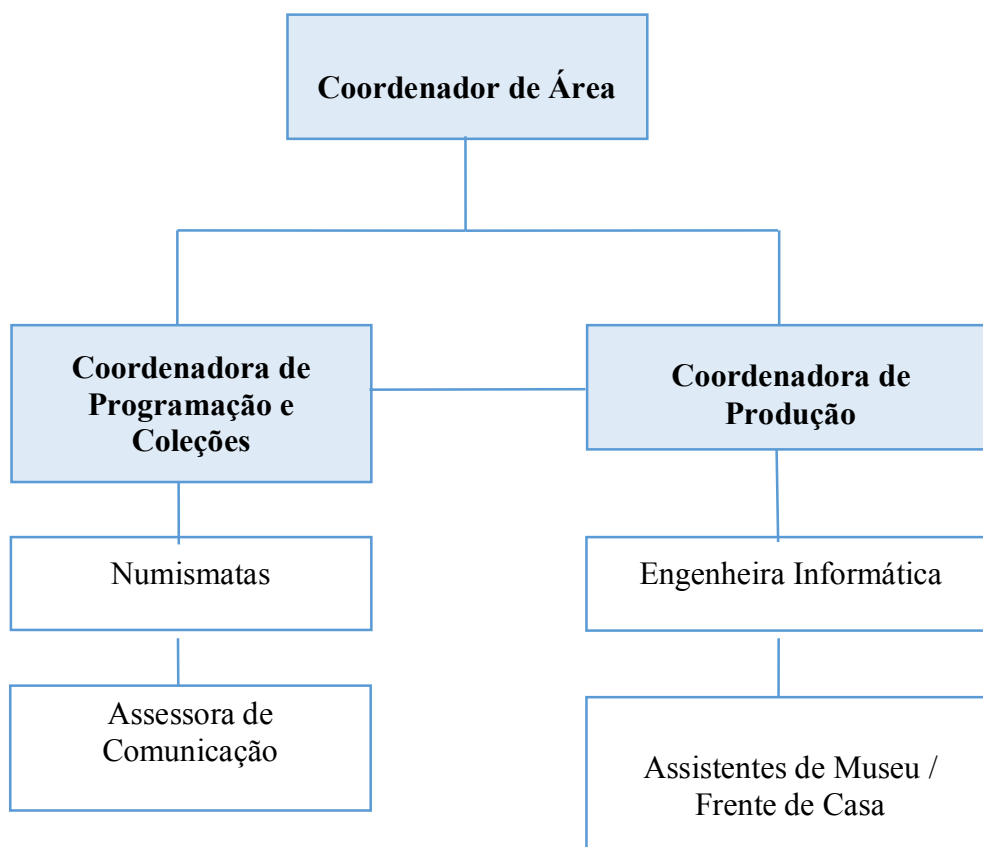


Figura 2 – Organograma do Museu do Dinheiro.

2018, © Daniela Viela

De acordo com a entrevista cedida por Sara Barriga, o projeto museológico vencedor foi da autoria do Gabinete de Design Francisco Providência¹³, pois

estabelecia-se como um projeto diferenciado de todos os outros em concurso, porque tinha uma componente de interação que, na altura, até podemos dizer que era um pouco visionária dado que em Portugal as experiências de interação multimédia ainda eram muito embrionárias ou baseavam-se em sistemas de ação - reação muito simples. Nesse sentido, desde logo, houve esta abertura a uma visão muito criativa.

¹³ Projeto de museografia coordenado por Francisco Providência, equipa composta, por várias especialidades, com Mário Vairinhos (coordenação multimédia), Gabriella Casella, Catarina Providência e Miguel Palmeiro <http://www.fprovidencia.com/portfolio/museu-dinheiro/>, consultado a 06/01/2018.

A museografia assenta em núcleos temáticos onde se apresentam as coleções numismática e notafílica do Banco, objetos e dispositivos virtuais de contextualização. Os temas representados focam os artigos padrão pré-monetários, o dinheiro no mundo, a história do dinheiro ao longo dos séculos, o fabrico da nota e da moeda ou testemunhos pessoais sobre o papel do dinheiro na vida contemporânea. De acordo com Sara Barriga (ver Apêndice II)¹⁴,

era também uma coleção muito difícil, em primeiro lugar, e porque já tínhamos uma experiência, de 10 anos, de um museu no sentido mais clássico do termo. Portanto, aquilo que esta equipa sabia era que não queria um museu como o outro e em grande escala, mas queria algo que fosse de rutura, que se aproximasse muito mais dos museus que estavam a surgir com muita evidência, que eram os museus de ciência viva, onde já se começavam a usar essas dinâmicas de interação, onde a tecnologia servia para mostrar o conteúdo. Também começaram a surgir muitos visitantes centres que já não tinham coleção, eram museus desmaterializados, tinham só o conhecimento que era dado... porque não fazer um pouco disso com o MD? Mas isso não foi um pressuposto que tenha saído do Caderno de Encargos, o que aconteceu é que o BdP ao ser confrontado com esta proposta teve a vontade e a ousadia de o seguir.

Neste sentido, o museu oferece ao visitante uma experiência marcadamente interativa, apresentando o acervo através de uma museografia não convencional, assente em tecnologia inovadora, na criação de ambientes surpreendentes que convocam a participação do visitante. O projeto defende também a função de conservar o património com novos e mais eficazes meios de segurança.

O projeto foi desenhado de acordo com a convicção de Francisco Providência (2012, p. 48 – 54) de que o Design é uma manifestação de conhecimento, caracterizando-se pelo “desenho de artefactos, dispositivos e serviços de mediação cultural”. Portanto, e ainda que intervenha sobre a tecnologia, o seu principal objetivo é o da “humanização cultural da técnica”, criando as condições para que se possa dar a adoção social da tecnologia, nesse sentido, caberá ao desenho dar forma à museologia, ou seja “museografar”. Francisco Providência toma como referência Derrick de Kerckhove, professor e pensador internacional da tecnologia da comunicação que escreveu, num livro dedicado

¹⁴ Entrevista gravada a 19/07/2018.

à nova “Inteligência conectiva”, que a informatização do mundo veio oferecer uma reflexão sobre os modelos museológicos atualmente disponíveis (Providência et al., 2013, p. 80 – 81). Kerckhove (citado em Oliveira Santos, 2013, p. 190 – 191) defende que o museu com máquinas de interação surge da tradição científica das máquinas de física, que aparecem no séc. XVIII para demonstração experimental dos fenómenos (normalmente caracterizado por um conjunto de aparelhos destinados a ver, experimentar e compreender um certo conteúdo). Neste modelo, Kerckhove julga encontrar a função de dar a compreender conteúdos em tempo útil, por forma a permitir uma intervenção mais livre e autónoma do público.

Mais tarde, Gui Bonsiepe atualizará a sua definição de Design valorizando a *mediação interactiva do design*, na interface do produto com o utilizador e, consequentemente, a sua dimensão emocional e afetiva (Providência, 2012, p. 50).

No desenho deste projeto, podemos afirmar que se destaca a convicção da importância que têm os meios interativos no desenho dos museus contemporâneos, onde se privilegia o envolvimento dinâmico da ação experimental, sobre a tradicional representação estática. Como comenta Mário Vairinhos (ver Apêndice V), no seu questionário¹⁵,

[A] nossa expectativa é alinhada com a ideia que a experiência museográfica contemporânea é marcada pelo cruzamento de duas atitudes por parte visitante. Uma de cariz contemplativa, mais antiga e enraizada historicamente no próprio conceito de museu, e outra, mais recente, e que costuma ser explicada como resultado de uma sociedade altamente mediatizada, que coloca ao dispor dos seus membros mecanismos de mediação tecnológica sofisticados, como são exemplo a web2.0 ou os videojogos. É sabido que associado a estes mecanismos está presente o conceito de participação. (...) A principal preocupação da equipa projetista foi tentar garantir que o percurso entre estes dois tipos de espaços, bem como a sua transição, fosse fluída e consistente. Para tal procurou-se remover sempre que possível os obstáculos que dificultassem a interação, concebendo interfaces "naturais" ora incluindo os mesmo numa narrativa.

¹⁵ Questionário realizado a 11/08/2018.

Mas **o projeto e a estrutura expositiva tiveram que partir primeiro do edifício (recordamos, uma antiga igreja e casa-forte) e da coleção**, ou seja, identificamos três componentes fundamentais na conceção do Museu do Dinheiro: os interesses do historiador, arqueólogo e numismata – COLEÇÃO; do mediador – EDUCAÇÃO MUSEAL E INTERVENÇÃO SOCIAL; e da tutela com toda a responsabilidade social e política do seu papel – BANCO DE PORTUGAL E EDIFÍCIO DA SEDE.

Mário Vairinhos (ver Apêndice V)¹⁶ comenta que

se em alguns momentos a mediação tecnológica traduz um ideal de imediatez, noutros tem uma função diametralmente oposta e procura através da sua estratégia medial criar uma temporalidade mais própria da reflexão. (...) este processo foi conceptualmente organizado em torno de três vetores que dão corpo a um conjunto de preocupações que nortearam o desenvolvimento de tecnologias, hardware e software, ao longo do projeto.

Em primeiro lugar, e procurando tirar partido das qualidades mais convencionais da tecnologia digital, dotou-se o museu de um sistema de informação que permite à sua equipa gerir e monitorizar em tempo real todos os dispositivos: desde a impressão do bilhete de ingresso (que possui um código de barras e um *QR code*, e denunciará tecnicamente a língua do visitante) ao controlo remoto dos equipamentos, ou ainda, a possibilidade de consultar informação estatística num qualquer momento. Por outro lado, grande parte da informação digital pode ser editada, reformulada, havendo igualmente a possibilidade de serem acrescentados novos conteúdos museográficos multimédia, tornando a exposição dinâmica e atualizável ao longo do tempo¹⁷.

As soluções foram concebidas de raiz para cada um dos espaços, socorrendo-se dos paradigmas da computação física (*Physical computing*), da Internet das Coisas (*IoT*) e da Realidade Aumentada (*Augmented Reality*) com objetivo de oferecer ao visitante uma experiência interpretativa rica, interativa e envolvente. Os dispositivos vão desde a experiência direta do simples tocar, até à interação ao longo de toda a exposição com o bilhete de ingresso, visualização e audição de conteúdos espoletados pela presença

¹⁶ Questionário realizado a 11/08/2018;

¹⁷ Informação adquirida através das entrevistas à Coordenação e através da observação direta no campo.

física do visitante, a descoberta de informação através de protocolos simples de pergunta / resposta sobre écrans tácteis, interação com dispositivos tecnicamente mediados pela geração manipulada de respostas animadas em tempo real, manipulação fiduciária de objetos tridimensionais virtuais ou jogos complexos em função de várias incógnitas. Uma das grandes dificuldades que as soluções baseadas em tecnologia digital enfrentam no contexto dos museus é a constante manutenção e monitorização. Nem todos os museus têm capacidade logística e até financeira para assegurar o bom funcionamento deste tipo de dispositivos¹⁸.

Como se pode consultar no *website* do Museu¹⁹, **a exposição** está, então, distribuída por 4 pisos e organizada em **9 núcleos temáticos e um núcleo arqueológico, no -1:**

1º núcleo / O que é o Dinheiro?

Espaço de acolhimento em que se comunicam conteúdos etimológicos do significado de dinheiro a partir das manifestações mais básicas da barra de ouro (acessível ao tato) mas preservada pela porta da caixa forte em aço, contrastando com imagem “desumana” da exploração mineira do ouro no garimpo brasileiro, projetada sobre uma tela de grande formato.

Um dos principais papéis da receção é disciplinar a visita em grupos e disponibilizar a cada visitante o bilhete em papel com que interagirá ao longo da exposição. No prolongamento do balcão haverá uma loja com produtos de merchandising do Museu.

2º núcleo / Trocar – Isto é Dinheiro

Espaço de circulação em torno de uma estátua representativa do Hermes Solar, que interpelará o público propondo-lhe a troca direta de bens por outras formas arcaicas de dinheiro. Um conjunto de vitrinas depositadas nas costas do Hermes permitirão visualizar exóticas formas de dinheiro, oriundas das mais diversas culturas e épocas, dando a perceber que o dinheiro é uma convenção transversal à cultura humana.

¹⁸ *Memória Descritiva*, por Mário Vairinhos, enviada por e-mail, a 20/08/2018;

¹⁹ <https://www.museudodinheiro.pt/museu/4/nucleo-a-nucleo>, consultado a 12/02/2017

3º núcleo / Convencionar – A Origem da Moeda

Subindo um piso, o visitante entrará numa sala com duas áreas, tomando contato com as duas formas de dinheiro mais frequentes no mundo, representadas por uma das primeiras moedas e uma das primeiras notas. Apresenta-se um quadro manipulável pelo público segundo três eixos: dois eixos permitirão a movimentação de uma mira ótica virtual (latitude/longitude) no mapa-mundo e no terceiro eixo a progressão ao longo do tempo, assim permitindo ao visitante percorrer todas as convenções fiduciárias do mundo, em qualquer tempo. Nas costas do painel poder-se-ão visualizar em vitrina, peças do acervo: moeda grega e moeda romana.

4º núcleo / Representar – A Sala do Tesouro

Subindo outro piso, o visitante chegará ao espaço que simula uma floresta metálica de escoras tubulares. Em cada uma destas escoras mostra-se uma moeda emblemática e a sua história, segredada à passagem do visitante.

A sala é limitada por uma grande vitrina com moedas e outras peças/ tesouro, atrás da qual haverá um painel interativo que permitirá manipular as moedas mais importantes em escala ampliada, através da tecnologia de Realidade Aumentada.

5º núcleo / Narrar - Genealogia do Dinheiro e da Banca

No quarto e último piso, o visitante confrontar-se-á com o serpenteado de uma vitrina de dupla face, onde se reporta a genealogia do dinheiro e da história da banca e do Banco de Portugal. No mesmo espaço haverá um miradouro virtual para observação simulada dos principais centros financeiros mundiais.

6º núcleo / Fabricar - Produção de Moedas e Notas

Atravessando no mesmo piso pelo antigo coro alto da igreja e passando para o lado simétrico do edifício entramos na sala dedicada à produção e destruição do dinheiro. Do conhecimento dos cada vez mais sofisticados sistemas de garantia fiduciária (validação do dinheiro) até à visualização molecular dos materiais.

No mesmo espaço encontrar-se-á um dispositivo interativo que simula um poço dos desejos, ativado através do bilhete de visita.

7º núcleo / Ilustrar - Notas do Mundo

Descendo um piso, entramos na sala da ilustração do dinheiro, dedicada a mostrar a variedade expressiva dos motivos gráficos e cromáticos do papel-moeda, traduzindo a multiplicidade cultural do mundo.

Recorrendo a um sistema similar ao da sua simétrica sala dedicada ao tesouro, esta sala será ocupada com lâminas de vidro que protegem e mostram os exemplos artísticos mais diversificados do mundo, georreferenciados no mapa mundi desenhado no pavimento.

8º núcleo / Testemunhar - O Homem e o Dinheiro

Descendo outro piso, o visitante entrará num espaço dedicado à experiência humana, sujeita ao impacto do dinheiro, vendo e ouvindo, à escala natural, depoimentos de pessoas que como nós, também vivem em relação com o dinheiro, manifestando os mais diversos pontos de vista.

9º núcleo / Revelar - Memória do Sítio

Contornando o interior da capela lateral, encontramos o Hermes Lunar, escultura multimédia dedicada à memória do lugar, que nos mostra as ocupações anteriores ao sismo de 1755, como outros templos ou mesmo a anterior Muralha de D. Dinis que por aqui assentava.

Achados arqueológicos encontrados nas recentes obras de recuperação do edifício permitem fazer uma viagem no tempo, explicando a transferência de propriedade e de uso do edifício religioso para armazém do Banco, agora reabilitado para ser Museu.

NIMD / Núcleo de Interpretação da Muralha de D. Dinis

Neste núcleo é possível compreender o modo como esta estrutura defensiva do séc. XIII influenciou o posterior urbanismo da capital. A exposição está dividida por áreas temáticas e reúne várias histórias: sobre o rei e o seu tempo, o devir histórico e o contributo da arqueologia para a interpretação dos vestígios.

A muralha é apresentada ao visitante num cenário intimista, tirando partido da imersão nos ambientes da cripta e subterrâneo do edifício. Privilegia a interpretação dos fragmentos e objetos arqueológicos, utilizando diferentes formas de exposição: recursos multimédia, que recriam atmosferas sensoriais da época, sons do quotidiano, música

medieval, representações gráficas, animações e reconstituições 3D, documentos escritos e filmes.

Segundo a entrevista referida com Sara Barriga (transcrita na íntegra, em Apêndice II)²⁰ e o website do Museu²¹, **os objetivos do Museu** são:

- *promover a relação da instituição com a sociedade, através da programação cultural e educativa*
- *contribuir para a literacia cultural e financeira*
- *expor, estudar e conservar o património móvel e arquitetónico: antiga Igreja S. Julião e a Muralha D. Dinis – património nacional*
- *gerir a coleção numismática, notafílica e artística do BdP (cerca de 51.000 peças)*
- *produzir exposições e programação complementar*
- *produzir conteúdos de comunicação e interpretação*

A Visão do Museu, até 2020, será²²:

- *ser um lugar inspirador, capaz de transformar o modo como compreendemos o mundo*
- *transformar-se num espaço de referência cultural na cidade*
- *ser um espaço destacado pela excecionalidade das suas coleções numismática e notafilia*
- *ser um local de cultura, aprendizagem, lazer e bem estar*
- *ser reconhecido pelos artistas e público das artes, como um local que investe na criação contemporânea*
- *que a sociedade, consciente da relevância do papel do Banco, através do Museu, perceba a instituição como promotora da sustentabilidade e responsabilidade social e cultural.*

²⁰ Entrevista gravada a 19/07/2018;

²¹ <https://www.museudodinheiro.pt/museu/4/nucleo-a-nucleo>, consultado a 12/02/2017

²² Documento interno *powerpoint* “Apresentação do Museu do Dinheiro na Semana de Integração 2017”, consultado a 19/01/2017.

Deste modo, as linhas orientadoras da ação são²³:

- a) ***Dar cumprimento à política cultural do Banco de Portugal***, através da divulgação do acervo e promovendo o apoio a atividades e projetos culturais e educativos.
- b) ***Apostar na aprendizagem permanente*** do indivíduo, privilegiando a comunicação de conteúdos relacionados com promoção da literacia financeira, visando a compreensão de produtos e conceitos, o desenvolvimento de competências e de atitudes responsáveis e o exercício da cidadania ativa.
- c) ***Contribuir para a compreensão*** dos objetos no contexto da sua circulação e para a perceção do valor do dinheiro, tanto numa perspetiva histórica, económica, como sociológica e política.
- d) ***Problematizar*** conceitos prévios, confrontando o visitante com os conteúdos apresentados.
- e) ***Inspirar e apaixonar*** todos aqueles que se interessam pelos temas tratados na exposição.
- f) ***Construir*** elos significativos entre o museu e audiências diversificadas - nacionais e estrangeiras, famílias, escolas, turistas, pessoas de todas as idades, provenientes de culturas diversas - que permitirão a aproximação às comunidades e aos seus pares.
- g) ***Investir*** numa estrutura programática em rede: dinâmica, eficaz e sustentável.
- h) ***Cooperar*** com outros museus com temáticas afins e com organismos vocacionados para a investigação, designadamente estabelecimentos de investigação e de ensino superior, para o desenvolvimento do estudo e investigação sistemática de bens culturais.

De acordo com as linhas de ação, devemos analisar e refletir sobre a aprendizagem e a educação no Museu do Dinheiro. Em primeiro lugar, percebemos que o chamado “serviço educativo” não é uma estrutura independente, como comenta Ana Rita Canavarro, Coordenadora de Produção, também na entrevista cedida e gravada

²³ Documento “Apresentação do Museu do Dinheiro na Semana de Integração 2017”, consultado a 19/01/2017.

(transcrita em Apêndice III²⁴). Mas será então o «Serviço Educativo» um modelo de organização inquestionável? Dizia Madalena Cabral – Chefe do Serviço de Extensão Escolar do Museu Nacional de Arte Antiga no Seminário organizado pela Associação Portuguesa de Museologia (APOM) em Maio de 1967 sobre Museus e Educação, em Serviço Educativo dos Museus, *in Actas do Seminário da APOM “Museus e Educação”, 1971, p.44* (citada por Gomes da Silva, 2007, p. 58):

De maneira geral, toda a organização interna destinada a interessar o público pelos museus, a activar a sua curiosidade, a fornecer-lhe elementos de conhecimento ou estudo sobre as obras expostas, poderá ser englobada na denominação geral de «serviço educativo de museu».

Na organização do Museu do Dinheiro não conceberam um serviço educativo autónomo da unidade de programação, o que lembra o que foi comentado sobre o conceito de “museu híbrido” de Rachel Morris, falado no capítulo 2.1., que

integra a investigação, aquisição, curadoria, montagem de exposições e realização de eventos no museu como um todo. O museu híbrido não cessa com as estruturas organizacionais mas cultiva a curiosidade e o cruzamento de campos de atuação, as fronteiras tornam-se menos rígidas.

Ana Rita Canavarro²⁵ (entrevista transcrita em Apêndice III) comenta que

[A] constituição desta equipa é feita numa perspetiva constante de mediação, existe uma colaboração horizontal, é uma programação cultural e educativa, integrada, como o próprio nome indica. (...) E claro que os nomes têm uma vida própria e razão de ser como os “serviços educativos”, mas está muito relacionado com as atividades só para escolas, e aqui, no Museu do Dinheiro, permite existirem outros formatos de viveres e compreenderes estes conteúdos, pode ser por um ciclo de cinema ou por um debate. Não pode estar isolado, pois 90% do trabalho que fazemos todos os dias é mediação, desde trabalhar exposições temporárias, a nova programação, a operacionalização, a frente de casa, está tudo ao serviço dos públicos, tudo é mediação. (...) A própria Frente de casa não seria o Serviço Educativo, é mais logístico, desde gestão de agenda a servir o público na primeira linha de atendimento. A própria separação das duas unidades de Coordenação é fictícia no sentido em que uma não existe uma sem a outra.

²⁴ Entrevista gravada a 19/07/2018;

²⁵ *Idem.*

João Pedro Vieira, Técnico de museu e numismática²⁶ (questionário transcrito em Apêndice IV), com responsabilidade partilhada pela aquisição e gestão do património museológico à guarda do museu, confirma

[que] a sua função envolve também a satisfação de pedidos de informação sobre o acervo e de pedidos de cedência de imagens, e ainda a realização de visitas orientadas ao museu. Os objetivos básicos passam, por isso, por assegurar a conservação do acervo, promover a sua expansão e melhoramento quantitativo e qualitativo (de acordo com a política de aquisições estabelecida), assim como o seu devido registo, descrição e divulgação externa. Mas outros objetivos são variáveis e podem incluir a participação na preparação de exposições temporárias e a redação de textos de divulgação sobre peças em acervo.

Remetendo para a programação cultural e educativa, Sara Barriga explica que “a oferta programática do museu aposta na confluência das artes com outras manifestações culturais e científicas, representativas dos interesses e necessidades dos visitantes, manifestando uma política de extroversão que visa o efetivo envolvimento dos públicos e das comunidades do museu com a cultura e a cidade de Lisboa”²⁷.

Para complementar, lembramos Mário Antas (Boletim ICOM, p. 38) que afirma que

os projetos educativos são maioritariamente destinados aos públicos de proximidade, designadamente locais, procurando chegar a todas as faixas etárias e realidades socioeconómicas. Nos países anglo-saxónicos e também na América Latina as instituições de cultura têm um papel de relevo na integração social, nomeadamente de grupos minoritários e migrantes.

Neste sentido, acreditando que o museu pode ser um agente capaz de enriquecer as vivências das comunidades, verificámos que o Museu do Dinheiro promoveu um projeto comunitário: “O Museu na Mouraria”²⁸. Tratou-se de uma parceria com a Associação Renovar a Mouraria, destinado a crianças e jovens do bairro da Mouraria, dos 6 aos 18

²⁶ Questionário realizado a 12/07/2018;

²⁷ Entrevista gravada a 19/07/2018;

²⁸ <https://www.museudodinheiro.pt/maismuseu/19/museu-da-mouraria>, consultado a 28/01/2018

anos, de diversas nacionalidades e contextos socio-económicos. Precisamente porque existe uma proximidade física grande e comum mas territórios e realidades muito distantes...

Afinal o que é o dinheiro? Desde quando existe dinheiro? Que dinheiro já se usou? Para que serva nas vidas de cada um ou em comunidade? Mas o que é uma comunidade? As comunidades são sempre iguais ou transformam-se? Será que o dinheiro tem um papel dentro de uma comunidade? Pode o dinheiro mediar uma comunidade? Será que pode ser símbolo e identidade de uma comunidade? Durante várias sessões, de fevereiro a outubro de 2017, tentaram-se responder a estas questões, em visitas ao Museu, à cidade e recorrendo à experimentação plástica e criativa, num trabalho multidisciplinar que envolveu uma artista plástica, a equipa de mediadores do Museu e da Associação Renovar a Mouraria²⁹.

Sara Barriga³⁰ completa a ideia,

o museu endossa a educação com base no diálogo, interação e participação do público. Ao contrário de uma visão instrucional da aprendizagem, apoiamos o aprender fazendo, através do engajamento ativo com a experiência, questionando e problematizando estratégias. Todas as atividades buscam estimular o pensamento crítico e a criatividade para a construção do conhecimento.

Ainda, citando Hein (2000, p. 23),

os aprendizes constroem o conhecimento por si próprios, que temos que nos focar no aprendiz, refletir na forma como aprende; e que não há conhecimento independente do significado que é atribuído à experiência (construído) pelo aprendiz, ou pela comunidade de aprendizes.

Voltando à programação cultural e educativa do Museu do Dinheiro, os públicos-alvo são assumidos como sendo as escolas, as famílias, as crianças a partir dos 6 anos, os adultos, os séniores e os especialistas³¹.

²⁹ <https://www.museudodinheiro.pt/maismuseu/19/museu-da-mouraria> consultado a 28/01/2018;

³⁰ Entrevista gravada a 19/07/2018;

³¹ *Idem*.

Como se pode analisar no site do Museu³², a programação tem uma temática quadrimestral, destinada a esta diversidade de público, caracterizada por:

- Exposições temporárias
- Visitas orientadas e/ou oficinas para escolas e outros grupos organizados
- Visitas orientadas e/ou oficinas aos sábados
- Visitas para especialistas
- Visitas acessíveis para pessoas surdas e pessoas cegas e com baixa visão
- Seminários e encontros com especialistas
- Conferências de história / arqueologia / numismática e notafilia / economia / arte
- Workshops sobre numismática e notafilia
- Concertos / teatro / ciclos de cinema
- Teatro e cinema para famílias
- Publicações sobre as exposições temporárias

De acordo com os dados fornecidos³³ oficialmente pela Coordenação do Museu, a nível de resultados, no total de 2014 a 2017, o Museu recebeu **172 072 visitantes, 40% com mediação cultural**, ou seja, no âmbito de realização de atividades educativas e culturais, tendo começado com 25%, estando, portanto, numa linha ascendente que se tem verificado este ano de 2018 (até junho), com 45% de público em atividades educativas e culturais. Recebe uma **média de 316 visitantes por dia**, tendo começado com 140; **84% são visitantes nacionais** e 16% visitantes estrangeiros, o que demonstra o impacto a nível comunitário; 59% do sexo feminino e 41% masculino.

O museu realiza, em média, por dia, 6 atividades marcadas a pedido, com uma média de 19 participantes por atividade, fora as atividades culturais da programação disponível aos sábados. Existe, portanto, uma grande dinâmica de atividades educativas e que dependem do trabalho da equipa de mediadores do museu³⁴.

³² <https://www.museudodinheiro.pt/proximos-eventos> consultado a 10/02/2018.

³³ *Relatório de Atividade 2018 do Museu do Dinheiro*, consultado a 11/09/2018.

³⁴ Idem, *ibidem*.

Nesta análise existem dois fatores fundamentais: por um lado, o museu só está aberto 4 dias de por semana, mas a entrada é gratuita, o que constitui um ponto forte no acesso dos visitantes. No entanto, segundo informação fornecida pela Coordenação do Museu, verifica-se que é o “passa palavra” (45%) entre os visitantes portugueses, que tem sido o principal motivador para as visitas dos públicos, em relação ao público em visita livre, como por parte do público em visita orientada (questionários de avaliação são sempre entregues no final das visitas, pela equipa frente de casa).

No âmbito das atividades orientadas, regista-se a participação do público de acordo com os seguintes segmentos:

- 47% escolas e ATL's
- 37% adultos e séniores
- 16% famílias

A percentagem de público escolar é muito significativa, revelando a importância da visita aos museus como complemento curricular, neste caso, sobre a economia, a história do dinheiro e da civilização, e/ou a literacia financeira, como confirmam os resultados cedidos pelo museu, a partir dos questionários realizados pelos visitantes, que assinalam como principal motivação de visita, a **“aprendizagem” (25%)**. A motivação em seguida mais referida é o **“interesse pelo património cultural” (24%)**, muito ao encontro dos grupos organizados de adultos e séniores.

Em relação aos segmentos de público, em contexto de visita livre, o museu tem em fase de desenvolvimento um estudo de públicos, a que já não se terá acesso até à conclusão deste trabalho.

Nos questionários do Museu (em Anexo), entregues sempre no final das visitas orientadas (como se pôde observar), ou para quem desejar, em visita livre, o mediador tem a denominação de “educador” e pode obter uma classificação, numa escala 0 mín. – 5 máx. São entregues, em média, 8 a 10 questionários por dia. As análises são trimestrais e, em média, o museu tem obtido 98% de satisfação geral máxima, 96% do público dá nota máxima à “qualidade da informação prestada” e 98% dá nota máxima

ao “educador” e à “qualidade do atendimento”, o que demonstra a importância da mediação em todo o percurso. Regista-se igualmente elevada participação através dos comentários do Livro de Honra, que se encontra na receção. Por mês, em 2018, tem-se registado uma média de 100 comentários.

Passando à análise de campo que se desenvolveu, vamos perceber a informação em três momentos fundamentais durante a fase de análise de dados: descrição, análise e interpretação. A descrição corresponde à escrita de textos resultantes dos dados originais registados pelo investigador. A análise é um processo de organização de dados, onde se devem salientar os aspetos essenciais e identificar fatores chave. Por último, a interpretação diz respeito ao processo de obtenção de significados e relações a partir dos dados obtidos (Ferreira de Almeida e Madureira Pinto, 2014, 55 – 59).

Relativamente à observação direta dos públicos, em visita livre, foi aplicada a 50 visitantes ocasionais, entre 26 de abril e 12 de maio de 2018, o que permitiu observar o seu comportamento espontâneo – compreensão e reação – no contexto expositivo, e quando era necessária a intervenção dos mediadores. Relaciona-se com “o que se passa no espaço *entre* o visitante adulto e o objeto” (Ferreira, 2016, p. 222). Como comenta também Inês Ferreira (2016, p. 222) “mesmo num tempo em que o espetáculo e experiência de interatividade ganham centralidade, o que faz da visita ao museu uma experiência única é o encontro com objetos. É necessário perceber o que se passa nessa relação visitante / objeto para, a partir daí, pensar a mediação.” Neste caso, vamos perceber o que se passa entre o **visitante** e a **coleção**, mas também com a **tecnologia** e o **mediador**.

Núcleo a núcleo, ao longo do percurso do Museu, **este é o resultado da análise de dados obtidos:**

ENTRADA – NAVE DA ANTIGA IGREJA

RESULTADO DA OBSERVAÇÃO: nota-se que os visitantes sentem o impacto e deslumbre da obra de reabilitação, no entanto existem depois **problemas de orientação** para a área

de acolhimento como a receção, onde se devem levantar os bilhetes e a informação complementar ou cacifos para colocação dos objetos pessoais.

PROCESSO DE MEDIAÇÃO EXISTENTE OU NECESSÁRIO: é necessário um mediador como assistente de sala, de forma a fazer esta orientação. Só em 4 casos (faixa etária dos 18 aos 25 anos) não foi necessária a sua intervenção.

NÚCLEO 1 – TOCAR

RESULTADO DA OBSERVAÇÃO: um dos espaços mais populares, muito apelativo, desperta muita curiosidade e fascínio, a **interação é geralmente intuitiva**. 9 visitantes (+65 anos), no entanto, **não queriam tocar na barra de ouro**, demonstraram receio e desconfiança, a mediadora teve que intervir para provocar interação e dar explicação e contexto.

PROCESSO DE MEDIAÇÃO EXISTENTE OU NECESSÁRIO: não existe mediação tecnológica, dado que a interação é elementar, através do toque; no entanto, a mediação pessoal, por vezes, é necessária porque a orientação no espaço não é intuitiva e o público quer mais informação sobre os objetos, dado o fascínio que exercem sobre ele.

NÚCLEO 2 – TROCAR

RESULTADO DA OBSERVAÇÃO: 6 visitantes (faixa etária dos 46 aos 65 anos) e 4 visitantes (18 aos 25 anos) **conseguiram interagir na totalidade** com o Hermes Solar (robot); 4 Visitantes (18 aos 25 anos) e 8 visitantes (faixa etária dos 46 aos 65 anos) **não precisaram de ajuda na introdução do bilhete e sua leitura, mas não perceberam o que era para fazer depois, ou seja, a troca**; 16 visitantes (+65 anos) e 12 visitantes (26 aos 45 anos) demonstraram interesse imediato, **tentaram perceber o que era para fazer lendo o folheto, mas este não foi suficiente e não entenderam como funciona, pelo que foi necessária a intervenção da mediadora**.

O **interesse em observar / contatar com a coleção é geral**, no entanto o mediador teve que intervir algumas vezes para chamar a atenção para a funcionalidade dos binóculos. De resto, os visitantes exploram o robot com autonomia, chegando a descobrir por eles onde está a coleção, na realidade.

Portanto, muito apelativo, desperta muita curiosidade e os visitantes procuram interagir, mas não é intuitivo ou imediato, dado que o público não compreende o

objetivo e o procedimento para acionar, principalmente qual o código do bilhete que se usa ou mesmo o seu posicionamento, para cima ou para baixo; ao mesmo tempo, a escultura de um género de robot é imponente, o que cria, igualmente, alguma estranheza e timidez, **dificultando o início da interação. Depois da “apresentação” verifica-se a sua exploração máxima.**

PROCESSO DE MEDIAÇÃO EXISTENTE OU NECESSÁRIO: a mediação tecnológica existe, mas para esta ser efetiva, é necessária a mediação pessoal, para explicar o funcionamento e exploração máxima do equipamento e qual o objetivo, dado que é uma simulação de uma ação.

NÚCLEO 3 – CONVENCIONAR

RESULTADO DA OBSERVAÇÃO: 9 visitantes (46 aos 65 anos) **não tiveram interesse nos interativos, só na coleção**, assim como outros 4 visitantes com +65 anos. Os **quizzes são naturalmente intuitivos** mas com 6 visitantes (18 aos 25 anos) e 4 visitantes (26 aos 45 anos), a mediadora teve que intervir para colocar os bilhetes, acionar os quizzes e explicar o seu funcionamento. Os restantes visitantes não necessitaram de ajuda nos quizzes. Relativamente ao ***Mapa mundi***, **este apela imediatamente à interação, mas toda a amostra de visitantes não entendeu a articulação das 3 manivelas**, insistem mais ou menos 1 minuto e meio e desistem; a mediadora teve que intervir e explicar o objetivo.

Todos demonstraram interesse na coleção, principalmente aquela que estava reproduzida em 3D.

Portanto, muito interesse pelo *mapa mundi*, existe uma grande ânsia e impulso imediato na interação, pois é muito visual, é um mapa que invoca à exploração, experimentação e envolve uma maior movimentação do corpo (como afirma Ana Rita Canavarro, na sua entrevista³⁵, ver Apêndice III); os *quizzes* (muitas vezes com filas para a participação do público) confirmam o interesse geral pelos jogos e testes de conhecimentos;

PROCESSO DE MEDIAÇÃO EXISTENTE OU NECESSÁRIO: existe mediação tecnológica mas a pessoal é necessária, porque apesar do público interagir naturalmente, a maior parte

³⁵ Entrevista realizada a Rita Canavarro a 19/07/2018.

das vezes não entende como funciona, ou seja, como funcionam as manivelas em coordenação com o tempo e espaço ou fá-lo sem um objetivo, simplesmente experimenta de uma forma lúdica, sem cumprir o que se pretende, que é a exploração dos conteúdos; os *quizzes* necessitam também de mediação pessoal, no seu acionar através do bilhete e mesmo no funcionamento do jogo.

NÚCLEO 4 – REPRESENTAR

RESULTADO DA OBSERVAÇÃO: Todos os visitantes ficaram surpreendidos e atraídos pelos objetos, neste núcleo, conhecido como a “sala dos tesouros”, não só pelos metais ricos como o ouro e a prata que se destacam, assim como pela raridade do acervo colocado numa museografia que destaca estes elementos e a própria iconografia da coleção. Relativamente à parte tecnológica, verificou-se a continuação de muita participação nos ***quizzes***, **principalmente em grupo, sem necessidade de intervenção da mediadora**, à exceção de 5 visitantes (dos 46 aos 65 anos) que necessitaram de ajuda na introdução correta dos bilhetes. Quanto ao ecrã de grandes dimensões de Realidade Aumentada (RA), o interesse e divertimento é generalizado. No entanto, só 5 visitantes (18 aos 25 anos) conseguiram interagir sem intervenção de um mediador. Os restantes visitantes **demonstraram prontamente interesse pela RA, avançaram mas não encontraram ligação entre o bilhete e o interativo**, mesmo quem entende que tem que usar o bilhete usa o código errado e não sabe como o manipular para conseguir a interação. Ou seja, a RA é muito apelativa e estimula a curiosidade, pois é muito visual - não só se observou que os visitantes gostam de se ver a eles mesmos, como se fosse uma grande “selfie” e/ou em grupo, como por visualizarem moedas suspensas no ar.

PROCESSO DE MEDIAÇÃO EXISTENTE OU NECESSÁRIO: mediação tecnológica mas a pessoal é essencial, dado que, apesar dos visitantes se colocarem naturalmente à frente dos grandes ecrans, não percebem o que é para fazer, além de que este interativo só funciona plenamente com um máximo de 6 visitantes em simultâneo, logo essa organização tem que ser realizada pelo mediador.

NÚCLEO 5 – NARRAR

RESULTADO DA OBSERVAÇÃO: muito apelativo devido à própria vitrina ser quase uma instalação artística; o miradouro, que é um grande telescópio, chamou a atenção e despertou a curiosidade de 42 visitantes da amostra.

PROCESSO DE MEDIAÇÃO EXISTENTE OU NECESSÁRIO: mediação pessoal porque o público quer mais informação sobre a coleção; miradouro virtual intuitivo de usar e entender, e envolve uma ação.

NÚCLEO 6 – FABRICAR

RESULTADO DA OBSERVAÇÃO: **muito interesse na coleção** que, à semelhança do N5, se expõe em longas vitrinas de design muito apelativo e diferente do habitual. Pode afirmar-se que é a sala mais popular do museu, devido à **procura clara dos interativos da moeda e da nota com a cara do visitante**; é um instrumento lúdico que fascina, diverte e faz com que o visitante possa ele próprio ser dinheiro ou ter a simulação de ter esse poder. Faz com que o visitante tenha uma extensão do museu em casa, além de servir como lembrança. 3 visitantes (dos 46 aos 65 anos), 2 visitantes (dos 26 aos 45 anos) e outros 5 visitantes (dos 50 aos 60 anos) não tiveram interesse nos interativos, só na coleção. A mediadora teve que intervir igualmente porque os visitantes quiseram explicações sobre alguns objetos. Os restantes visitantes da amostra demonstraram interesse em usar os interativos da moeda e nota virtuais, mas não souberam interagir com o bilhete, ou por não se colocarem fisicamente em posição ideal ou porque colocaram o código errado do bilhete. A intervenção dos mediadores é aqui essencial, até para explicar como depois acedem às imagens e como (apesar de estar explicado no bilhete). Convém também deixar claro que todos os interativos têm instruções, mas estas não são suficientes.

PROCESSO DE MEDIAÇÃO EXISTENTE OU NECESSÁRIO: a mediação tecnológica é óbvia, mas tem sido o núcleo onde a mediação pessoal tem sido mais necessária, não só por causa dos erros tecnológicos que estes interativos foram apresentando (entretanto corrigidos), mas porque os visitantes não percebem como funciona, tem muitos detalhes necessários para o seu bom funcionamento, que só quem é da equipa do museu sabe; os cones de observação dos materiais e o poço não “pedem” mediação

pessoal, a menos que haja alguma questão muito específica ou pedido de contextualização.

NÚCLEO 7 – ILUSTRAR

RESULTADO DA OBSERVAÇÃO: exerce um grande fascínio pelo seu impacto visual, quer em relação à museografia, quer em relação à arte das notas; os visitantes têm bastante autonomia e vivem um momento mais introspetivo ou de partilha com os parceiros com quem visitam a exposição. Existe uma parede com 3 ecrãs que funcionam como catálogos digitais, ou seja, através de um sensor de movimento, sem tocar, a nossa mão pode folhear as imagens de outras notas do acervo. Na amostra observada, todos os visitantes experienciaram este espaço de **forma completamente autónoma**.

PROCESSO DE MEDIAÇÃO EXISTENTE OU NECESSÁRIO: mediação pessoal se o público quiser mais informação sobre a coleção ou para relacionar as notas com o mapa no pavimento, que passa despercebido, e que serve para estas se organizarem geograficamente ou explicar brevemente a parede interativa (catálogos digitais).

NÚCLEO 8 – TESTEMUNHAR

RESULTADO DA OBSERVAÇÃO: permite **autonomia na leitura dos testemunhos de vários cidadãos do país sobre a sua experiência de vida com o dinheiro**, mas o público não costuma aprofundar este núcleo, sendo mais de passagem que o visita; não tem também muita recetividade em falar na cabine para o público (um género de “speaker’s corner”), onde pode deixar o seu testemunho sobre o que é o dinheiro para si, existe alguma desconfiança e timidez; quando tem interesse, pode acontecer **não entender como acionar a gravação da cabine individual**, com o bilhete. Na amostra, observou-se que apenas 2 visitantes (dos 18 aos 25 anos) e 5 (45 aos 65) tiveram interesse em viver a sala detalhadamente. Para fazer o testemunho, tiveram que ser convidados pela mediadora, mas a resposta foi negativa.

PROCESSO DE MEDIAÇÃO EXISTENTE OU NECESSÁRIO: mediação tecnológica presente através destes audiovisuais, mas a mediação pessoal pode ser necessária para promover a participação do público, convidá-lo a refletir e ajudar na operacionalidade do equipamento.

NÚCLEO 9 – REVELAR

RESULTADO DA OBSERVAÇÃO: **muita recetividade e interesse, dado ser um vídeo único em 3D**, realizado propositadamente para o museu, com a reconstituição de Lisboa antes do terramoto, que é um tema que fascina e que será sempre parte do imaginário dos públicos. Da amostra, 41 visitantes visualizaram sem nenhuma indicação, enquanto que os restantes tiveram que ser orientados para esse espaço, que passa um pouco despercebido, não por causa da sua museografia, em consonância com o Hermes Solar, este tem uma museografia igualmente imponente, chamado de Hermes Lunar, mas por causa da dimensão do vídeo. No entanto, os vídeos do museu passam em repetição no seu auditório.

PROCESSO DE MEDIAÇÃO EXISTENTE OU NECESSÁRIO: tecnológica através da multimédia, mas que permite o claro entendimento dos conteúdos, e mediação pessoal se o público quiser saber mais sobre a história e arqueologia do sítio.

NIMD – Núcleo de Interpretação da Muralha de D. Dinis

RESULTADO DA OBSERVAÇÃO: **todos os visitantes da amostra quiseram visitar este núcleo. O mediador é necessário na organização do número de visitantes**, se estiverem mais de 13 em simultâneo para visitar, dado que o espaço é exíguo e, por motivos de segurança, é o máximo permitido. No entanto, se estiver um mediador presente, o número de visitantes pode ir até 25. No geral, a **orientação no espaço do museu, pelos mediadores**, foi sempre necessária, dado que o núcleo se situa no piso -1, não estando muito visível. No núcleo, apesar da visita autónoma ser possível e ter sido comum, 12 visitantes da amostra mostraram-se interessados em ter mais conhecimento sobre a história da muralha, a relação desta com as restantes muralhas da cidade e sobre a realidade do mundo da arqueologia.

PROCESSO DE MEDIAÇÃO EXISTENTE OU NECESSÁRIO: tecnológica através da multimédia e mediação pessoal na organização dos visitantes no espaço e se o público quiser saber mais sobre a história e arqueologia do sítio.

A observação direta, dos públicos, em visita orientada, foi aplicada a 155 visitantes, correspondente a 7 visitas organizadas, com marcação prévia, de diferentes faixas

etárias, orientadas por mediadores do museu, entre 26 de abril a 12 de maio de 2018.

Este método, neste contexto, permitiu observar o comportamento e experiência dos visitantes, sendo orientados na exposição. Em primeiro lugar, é importante referir que os resultados dependem muito do tipo de mediador e de visita que este faz, estando por isso esta parte diretamente ligada à seguinte na observação direta dos mediadores. De qualquer forma conseguem-se perceber alguns pontos interessantes nesta relação. De destacar que, apesar de serem grupos organizados, estes também tendem a ser muito heterogêneos, por isso a análise será tentar encontrar as dinâmicas mais significativas, que se destacam, ou levadas a cabo por uma maioria. Neste caso, decidiu-se fazer um quadro de forma a ser-se mais objetivo, dado que os visitantes tiveram menos “espaço” para se relacionarem com a coleção e os objetos, não só pela dinâmica de grupo, como pelo próprio tempo definido na duração da visita.

Quadro 1 – Resultado da observação direta, de 7 grupos organizados, visita orientada

2018. © Daniela Viela

	GRP 1 18 – 25 anos 25 px	GRP 2 18 – 25 anos 23 px	GRP 3 26 - 54 anos 20 px	GRP 4 46 – 65 anos 15 px	GRP 5 46 – 65 anos 20 px	GRP 6 + 65 anos 27 px	GRP 7 + 65 anos 25 px
Nave	<ul style="list-style-type: none"> • Orientação física no espaço eficaz 	<ul style="list-style-type: none"> • Orientação física no espaço eficaz 	<ul style="list-style-type: none"> • Orientação física no espaço eficaz 	<ul style="list-style-type: none"> • Orientação física no espaço eficaz 	<ul style="list-style-type: none"> • Orientação física no espaço eficaz 	<ul style="list-style-type: none"> • Orientação física no espaço eficaz 	<ul style="list-style-type: none"> • Orientação física no espaço eficaz
N1	<ul style="list-style-type: none"> • Atração e tocaram imediato • Participativos a questões, diálogo, reflexão 	<ul style="list-style-type: none"> • Atração imediata, mas tiveram todos que ser provocados pelo mediador 	<ul style="list-style-type: none"> • Atração imediata, 2 visitantes avançaram logo mas restantes tiveram que ser provocados pelo mediador • Participativos a questões, diálogo, reflexão 	<ul style="list-style-type: none"> • Atração imediata, 3 visitantes avançaram logo mas restantes tiveram que ser provocados pelo mediador • Participativos a questões, diálogo, reflexão 	<ul style="list-style-type: none"> • Atração imediata, 5 visitantes avançaram logo mas restantes tiveram que ser provocados pelo mediador • Participativos a questões, diálogo, reflexão 	<ul style="list-style-type: none"> • Atração e tocaram imediato • Participativos a questões, diálogo, reflexão 	<ul style="list-style-type: none"> • Atração imediata, mas tiveram todos que ser provocados pelo mediador • Participativos e questões, diálogo, reflexão
N2	<ul style="list-style-type: none"> • Participativos depois da explicação do mediador • Necessidade organização do 	<ul style="list-style-type: none"> • Começaram de imediato a experimentar • Necessidade organização do grupo para 	<ul style="list-style-type: none"> • Participativos depois da explicação do mediador • Exploração autónoma do 	<ul style="list-style-type: none"> • Participativos depois da explicação do mediador • Necessidade organização do 	<ul style="list-style-type: none"> • Participativos depois da explicação do mediador • Necessidade organização do 	<ul style="list-style-type: none"> • Participativos depois da explicação do mediador • Necessidade organização do 	<ul style="list-style-type: none"> • Começaram de imediato a experimentar • Necessidade organização do grupo para

	grupo para comunicação eficaz e para a interação	comunicação eficaz e para a interação	interativo s/ necessidade organização grupo	grupo para comunicação eficaz e para a interação	grupo para comunicação eficaz e para a interação	grupo para comunicação eficaz e para a interação	comunicação eficaz e para a interação
N3	<ul style="list-style-type: none"> Falta de espaço Atração das imagens Toque e manipulação imediata em todos interativos, mesmo sem perceber o objetivo Fascínio objetos 3D, maior relação com os objetos Criação de relacionamento interpessoal, partilha, diversão em grupo 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de espaço Atração das imagens Toque e manipulação imediata em todos interativos, mesmo sem perceber o objetivo Fascínio objetos 3D, maior relação com os objetos Criação de relacionamento interpessoal, partilha, diversão em grupo 	<ul style="list-style-type: none"> Atração das imagens Toque e manipulação imediata em todos interativos, mas tiveram que ser contextualizados e explicados Fascínio objetos 3D, maior relação com os objetos Criação de relacionamento interpessoal, partilha, diversão em grupo 	<ul style="list-style-type: none"> Atração das imagens 6 membros do grupo tocaram logo mas necessitaram de explicação do <i>Mapa mundi</i> Fascínio objetos 3D, maior relação com os objetos 	<ul style="list-style-type: none"> Atração das imagens Uso de bancos bengala / conforto Só depois da explicação, experimentaram Fascínio objetos 3D, maior relação com os objetos Criação de relacionamento interpessoal, partilha, diversão em grupo 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de espaço Sensibilidade à luz Uso de bancos bengala / conforto Timidez no uso dos interativos, mas curiosidade Depois da explicação, exploraram essencial/ <i>quizzes</i> Preferiram ver os objetos reais, 3D desconfortável 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de espaço Sensibilidade à cor Uso de bancos bengala / conforto Timidez no uso dos interativos, mas curiosidade Depois da explicação, exploraram essencial/ <i>quizzes</i> Preferiram ver os objetos reais
N4	<ul style="list-style-type: none"> Falta de espaço Fascínio com museografia e com coleção 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de espaço Fascínio com museografia e com coleção 	<ul style="list-style-type: none"> Fascínio com museografia e com coleção 	<ul style="list-style-type: none"> Fascínio com museografia e com coleção Participação total na RA 	<ul style="list-style-type: none"> Fascínio com museografia e com coleção Participação total e 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de espaço Referências de vida Curiosidade com interativos 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de espaço Fascínio com museografia e com coleção

	<ul style="list-style-type: none"> Participação total e espontânea na RA Introdução da sua tecnologia pessoal como <i>smartphones</i> na experiência Continuação de participação nos <i>quizzes</i> Criação de relações interpessoais, partilha, diversão em grupo 	<ul style="list-style-type: none"> Participação total e espontânea na RA Introdução da sua tecnologia pessoal como <i>smartphones</i> na experiência Continuação de participação nos <i>quizzes</i> Criação de relações interpessoais, partilha, diversão em grupo 	<ul style="list-style-type: none"> Participação total e espontânea na RA Introdução da sua tecnologia pessoal como <i>smartphones</i> na experiência Continuação de participação nos <i>quizzes</i> Criação de relações interpessoais, partilha, diversão em grupo 	<ul style="list-style-type: none"> Introdução da sua tecnologia pessoal como <i>smartphones</i> na experiência Continuação de participação nos <i>quizzes</i> Criação de relações interpessoais partilha, diversão em grupo 	<ul style="list-style-type: none"> espontânea na RA Introdução da sua tecnologia pessoal como <i>smartphones</i> na experiência Criação de relações interpessoais partilha, diversão em grupo 	<ul style="list-style-type: none"> Participação total na RA, com explicação prévia do mediador Introdução da sua tecnologia pessoal como <i>smartphones</i> na experiência 	<ul style="list-style-type: none"> Curiosidade com interativos Participação total na RA, com explicação prévia do mediador Introdução da sua tecnologia pessoal como <i>smartphones</i> na experiência Criação de relações interpessoais, partilha, diversão em grupo
N5	<ul style="list-style-type: none"> Experimentação o imediata do miradouro virtual Imersão na coleção do presente / projeção pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> Experimentação imediata do miradouro virtual Imersão na coleção do presente /projeção pessoal Criação de debate 	<ul style="list-style-type: none"> Experimentação imediata do miradouro virtual Imersão na coleção do passado e presente Relação com memórias 	<ul style="list-style-type: none"> Experimentação o imediata do miradouro virtual Imersão na coleção do passado e presente Relação com memórias 	<ul style="list-style-type: none"> Experimentação o imediata do miradouro virtual Imersão na coleção do passado e presente Relação com memórias 	<ul style="list-style-type: none"> Relação com memórias Imersão na coleção do passado Projeção pessoal Criação de conversas / partilhas e 	<ul style="list-style-type: none"> Relação com memórias Imersão na coleção do passado Projeção pessoal Criação de conversas / partilhas e

	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de debate • Novas perspectivas de olhar 	<ul style="list-style-type: none"> • Novas perspectivas de olhar 	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de conversas / partilhas afetivas e experiências de vida • Novas perspectivas de olhar 	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de conversas / partilhas afetivas e experiências de vida 	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de conversas / partilhas afetivas e experiências de vida • Relações interpessoais • Novas perspectivas de olhar 	<ul style="list-style-type: none"> experiências de vida • Relações interpessoais • Contadores de estórias / atores • Emoção • Afeto / quererem ser ouvidos 	<ul style="list-style-type: none"> experiências de vida • Relações interpessoais • Contadores de estórias / atores • Emoção • Afeto / quererem ser ouvidos
N6	<ul style="list-style-type: none"> • Experiências interativas muito populares • Interação imediata e autónoma • Diversão em grupo/ partilha • Experimentação • Captação da atenção através de vídeos 	<ul style="list-style-type: none"> • Experiências interativas muito populares • interação só após explicação do mediador, exposição da imagem leva a timidez • Diversão em grupo/ partilha • Experimentação • Captação da atenção através de vídeos 	<ul style="list-style-type: none"> • Experiências interativas muito populares • Diversão em grupo/partilha • Experimentação • Curiosidade e questões que levaram à visualização de vídeos 	<ul style="list-style-type: none"> • Experiências interativas muito populares • Diversão em grupo/ partilha • Experimentação 	<ul style="list-style-type: none"> • Experiências interativas muito populares • Diversão em grupo/ partilha • Experimentação • Curiosidade e questões que levaram à visualização de vídeos 	<ul style="list-style-type: none"> • Experiências interativas muito populares só após explicação do mediador • Diversão em grupo/partilha • Experimentação • Momento cansativo da visita, nível de energia baixo 	<ul style="list-style-type: none"> • Experiências interativas muito populares só após explicação do mediador • Diversão em grupo/partilha • Experimentação • Momento cansativo da visita, nível de energia baixo
N7	<ul style="list-style-type: none"> • Autonomia e exploração da coleção 	<ul style="list-style-type: none"> • Autonomia e exploração da coleção 	<ul style="list-style-type: none"> • Autonomia e exploração da coleção 	<ul style="list-style-type: none"> • Autonomia e exploração da coleção 	<ul style="list-style-type: none"> • Autonomia e exploração da coleção 	<ul style="list-style-type: none"> • Projeção pessoal • Criação de conversas / 	<ul style="list-style-type: none"> • Projeção pessoal • Criação de conversas /

	<ul style="list-style-type: none"> • Surpresa devido à museografia única • Novas perspetivas de olhar a coleção • Momento cansativo da visita, nível de energia baixo 	<ul style="list-style-type: none"> • Surpresa devido à museografia única • Novas perspetivas de olhar • Momento cansativo da visita, nível de energia baixo 	<ul style="list-style-type: none"> • Surpresa devido à museografia única • Novas perspetivas de olhar • Momento cansativo da visita, nível de energia baixo 	<ul style="list-style-type: none"> • Surpresa devido à museografia única • Novas perspetivas de olhar • Momento cansativo da visita, nível de energia baixo 	<ul style="list-style-type: none"> • Surpresa devido à museografia única • Novas perspetivas de olhar • Momento cansativo da visita, nível de energia baixo 	<ul style="list-style-type: none"> partilhas e experiências de vida • Novas perspetivas de olhar 	<ul style="list-style-type: none"> partilhas e experiências de vida • Novas perspetivas de olhar
N8	<ul style="list-style-type: none"> • Pouco interesse, já alguma dispersão do grupo 	<ul style="list-style-type: none"> • Pouco interesse 	<ul style="list-style-type: none"> • Alguma dispersão do grupo, mas porque se criaram conversas no âmbito da visita • Alguma descontração o que leva que só 12 visitantes vejam os testemunhos com atenção 	<ul style="list-style-type: none"> • Visualização autónoma dos testemunhos 	<ul style="list-style-type: none"> • Alguma dispersão do grupo, mas porque se criaram conversas no âmbito da visita • Alguma descontração o que leva que só 6 visitantes vejam os testemunhos com atenção 	<ul style="list-style-type: none"> • Alguma dispersão do grupo, mas porque se criaram conversas no âmbito da visita • Espaço de passagem 	<ul style="list-style-type: none"> • Alguma dispersão do grupo, mas porque se criaram conversas no âmbito da visita • Espaço de passagem
N9	<ul style="list-style-type: none"> • Fascínio pelo 3D • Dão mais significado, reconhecem 	<ul style="list-style-type: none"> • Fascínio pelo 3D • Dão mais significado, reconhecem 	<ul style="list-style-type: none"> • Fascínio pelo 3D • Interesse pela história do sítio e da cidade 	<ul style="list-style-type: none"> • Fascínio pelo 3D • Interesse pela história do 	<ul style="list-style-type: none"> • Fascínio pelo 3D • Interesse pela história do 	<ul style="list-style-type: none"> • Fascínio pelo 3D • Interesse pela história do sítio e da cidade 	<ul style="list-style-type: none"> • Fascínio pelo 3D • Interesse pela história do sítio e da cidade

				sítio e da cidade	sítio e da cidade		
NIMD	<ul style="list-style-type: none"> • 3D muito eficaz pois ajudou a dar significado aos fragmentos arqueológicos • Curiosidade pela arqueologia • Diálogo e conversas com mediador e entre o grupo 	<ul style="list-style-type: none"> • 3D muito eficaz pois ajudou a dar significado aos fragmentos arqueológicos • Pouco interesse pela arqueologia, mas que foi crescente ao longo da visita • Diálogo e conversas com mediador e entre o grupo 	<ul style="list-style-type: none"> • Fascínio pela arqueologia, imaginário • 3D muito eficaz pois ajudou a dar significado aos fragmentos arqueológicos • Diálogo e conversas com mediador e entre o grupo 	<ul style="list-style-type: none"> • Fascínio pela arqueologia, imaginário • 3D muito eficaz pois ajudou a dar significado aos fragmentos arqueológicos • Fascínio pelo 3D • Diálogo e conversas com mediador e entre o grupo 	<ul style="list-style-type: none"> • Fascínio pela arqueologia, imaginário • 3D muito eficaz pois ajudou a dar significado aos fragmentos arqueológicos • Fascínio pelo 3D • Diálogo e conversas com mediador e entre o grupo 	<ul style="list-style-type: none"> • Fascínio pela arqueologia, imaginário • 3D muito eficaz pois ajudou a dar significado aos fragmentos arqueológicos • Fascínio pelo 3D • Identificação com práticas, tradições e objetos do passado, projeção pessoal • Diálogo e conversas com mediador e entre o grupo 	<ul style="list-style-type: none"> • Fascínio pela arqueologia, imaginário • 3D muito eficaz pois ajudou a dar significado aos fragmentos arqueológicos • Fascínio pelo 3D • Identificação com práticas, tradições e objetos do passado, projeção pessoal • Diálogo e conversas com mediador e entre o grupo

Resumindo, no geral:

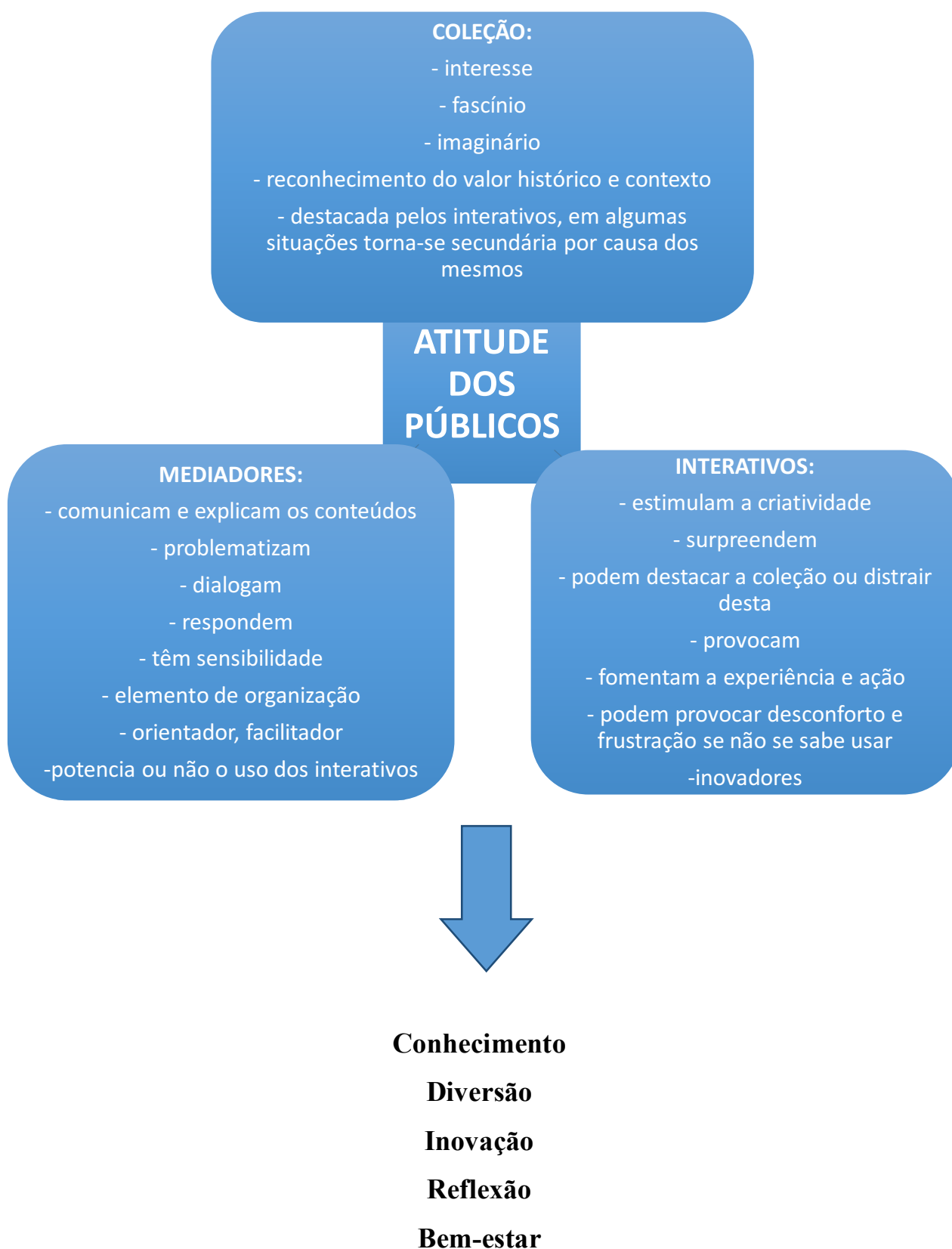


Figura 3 – Relação dos públicos com a coleção, mediadores e interativos. 2018, © Daniela Viela

Passando à **observação direta dos mediadores**, esta desenvolveu-se em relação ao trabalho de 6 mediadores, do museu, nas 7 visitas orientadas referidas anteriormente, em 2 dias úteis – quarta-feira e sexta-feira – e 1 sábado, **entre 26 de abril e 12 de maio de 2018**. A escolha sobre 2 dias úteis e 1 de fim de semana, justifica-se por se ter verificado que os públicos se diversificam, sendo as dinâmicas diferentes. Nos dias úteis, o museu recebe mais grupos organizados de instituições de ensino e formação, enquanto que aos sábados recebe mais grupos organizados de amigos e famílias.

Para objetivar e cruzar o trabalho dos vários mediadores, optou-se por realizar uma matriz de análise, entre estes profissionais, e o contexto teórico desenvolvido a partir da bibliografia e a mediação defendida pela Coordenação do museu. Os tipos de mediadores são diferentes mas também podemos verificar que a equipa tem muitos pontos em comum, seguindo uma mesma filosofia, estando compatível com a missão e objetivos assumidos pelo museu e que o consagra com um valor diferenciado.

Quadro 2 – Matriz resultante da observação direta de 6 mediadores, em 7 visitas orientadas. 2018, © Daniela Viela

	DISCURSO ACORDO COM OS PÚBLICOS	ESTRATÉGIAS CRIATIVAS	SENTIDO CRÍTICO/ PROBLEMATIZA	ESPAÇO AO DIÁLOGO/ PARTICIPAÇÃO/ INTERPRETAÇÃO	ESPAÇO PARA PÚBLICO USAR INTERATIVOS	INTERATIVOS COMO FERRAMENTAS	MATERIAIS DE APOIO	EMPATIA E ENTUSIASMO COM OS PÚBLICOS	RELAÇÃO ENTRE TEMAS
Mediador 1_visita 1	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Mediador 1_visita 2	X	X	X	X	X	X		X	X
Mediador 2_visita 1			X				X	X	X
Mediador 3_visita 1	X	X	X	X	X	X		X	
Mediador 4_visita 1	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Mediador 5_visita 1	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Mediador 6_visita 1	X	X	X	X	X	X		X	

Os questionários **pós-visita** realizados ao público, foram efetuados a visitantes com visita orientada e visita livre, dado que consideramos as experiências diferentes.

Foram realizadas entrevistas, após visitas orientadas, a **69 visitantes**:

- 21 visitantes (18 aos 25 anos)
- 11 visitantes (26 aos 45 anos)
- 10 visitantes (46 aos 65 anos)
- 27 visitantes (+ 65 anos)

Resultados (em Apêndice VIII, gráficos correspondentes):

1 – Porque visitou o Museu do Dinheiro?

A maior motivação assinalada é **“conhecer a história do dinheiro / interesse no tema”** com 29% dos entrevistados, seguindo-se a **“curiosidade”** com 20%, e 17% responderam no **“âmbito de uma visita de estudo”**. “Conhecer a história do dinheiro / interesse no tema” incidiu mais na faixa etária **+ 65 anos** e dos **26 aos 45 anos**; a “curiosidade” apesar de ser transversal, foi mais significativa dos **46 aos 65 anos**; enquanto que a visita de estudo refletiu mais as escolas técnico-profissionais, portanto, **dos 18 aos 25 anos**.

2 – O que esperava do Museu do Dinheiro?

A expectativa mais significativa é **“conhecer a história do dinheiro”**, com 45% das respostas, sendo um fator comum a todas as faixas etárias, assim como **“ter bons conteúdos / qualidade”**, com 17%.

3 – Correspondeu às suas expectativas? Porquê?

As expectativas do público entrevistado foram correspondidas na totalidade, sendo que 25% explicou que foi devido ao facto de ser **“interativo”**, 20% **“porque a equipa é muito simpática / por causa das explicações das guias”** e 17% por causa da **“coleção e dos conteúdos”**. Em função das faixas etárias, as respostas foram equilibradas, sendo que o maior destaque da “coleção e conteúdos” é dado pelos visitantes **+ 65 anos**.

4 – Do que gostou mais?

A importância da **“coleção e conteúdos”**, com 51% das respostas, é indiscutível, seguida dos **“interativos”**, com 19%, e da participação de um **“mediador / guia”**, com 16%. A

“coleção e conteúdos” e o papel do “mediador / guia” são valorizados em todas as faixas etárias, sendo que os “interativos” são mais destacados pela faixa dos **18 aos 25 anos**.

5 – Teve interesse na tecnologia e usou-a?

52% responde **“sim”** sem desenvolver, seguidos de 14% que comentam que a **“interação da tecnologia é fascinante ou curiosa”** e 10% que destaca ter **“experimentado os jogos”** e usou **“em família”**. A resposta **“sim”** é comum a todos os entrevistados, assim como sobre o fascínio e curiosidade que esta exerce. O destaque para o interesse dos jogos recai mais sobre os mais jovens e dos 46 aos 65 anos referem que **“usaram em família”**.

6 – Se sim, porque se interessou pelos dispositivos tecnológicos?

28% afirma que **“gosta de tecnologia”**, 21% que **“assim a visita não é tão cansativa / aborrecida / é mais interessante”**, 16 % que **“gosta de interação”** ou que foi por **“curiosidade” (14%)**. O **“gosto pela tecnologia”** é mais referenciado pelas faixas etárias dos 18 aos 25 anos e 26 aos 45 anos, enquanto que as duas respostas seguintes são equilibradas em todas as faixas etárias, no entanto, **“a curiosidade”** é essencialmente referida pelos seniores, ou seja, + 65 anos, o que revela que apesar de não terem um interesse prévio ou seja o fator motivador de vir ao museu, ao verem dispositivos tecnológicos e/ou interativos, e serem estimulados nesse sentido, também têm interesse em conhecer e experimentar.

7 – De que experiência gostou mais, com a tecnologia ou com o mediador? Ou com ambos?

“Ambos” são considerados indiscutivelmente importantes, dado que 45% incidiu nesta resposta, ou seja, um não substitui o outro, a experiência de visita no museu é melhor e mais completa com ambos, no entanto, entre um e outro, temos 39% dos visitantes a distinguir **“o mediador”**, enquanto que 16% prefere **“a tecnologia”**. Apesar da tecnologia ser efetivamente um fator de valor e diferenciado que marca experiência, o humano, o pessoal, o afeto, a discussão que pode ser criada ou a resposta que pode ser dada é valorizada e ainda preferida sobre a tecnologia.

8 – A tecnologia substitui os mediadores? Ou os mediadores podem substituir a tecnologia?

No seguimento, 42% dos visitantes afirmam que tecnologia e mediadores “**se complementam**”, seguido de uma outra resposta significativa que confirma o que se falava anteriormente, pois 35% comenta que “**a explicação pessoal / direta/ é sempre necessária / os mediadores são indispensáveis / a tecnologia nunca substitui os mediadores**”, havendo, portanto, um importante reconhecimento e até reivindicação em relação ao papel e trabalho dos mediadores no museu.

Foram realizadas entrevistas, após visitas livres, a **56 visitantes entrevistados**:

- 10 visitantes (18 aos 25 anos)
- 9 visitantes (26 aos 45 anos)
- 21 visitantes (46 aos 65 anos)
- 16 visitantes (+ 65 anos)

Resultados (em Apêndice IX, gráficos correspondentes):

1 – Porque visitou o Museu do Dinheiro?

Interesse no tema 29%, 25% lazer, 20% curiosidade

Conhecer a história do dinheiro / interesse no tema é geral em todas faixas etárias, mas as dos 46 aos 65 destacam que a motivação principal é o lazer.

2 – O que esperava do Museu do Dinheiro?

Conhecer a história do dinheiro 57%, Bons conteúdos / qualidade 16%, que fosse interativo 13%

Conhecer a história do dinheiro é a expectativa que se destaca em todas as faixas etárias.

3 – Correspondeu às suas expetativas? Porquê?

Sim, porque é interativo 29%, Sim, por causa da coleção e dos conteúdos 21%, Sim, porque é muito interessante e curioso 18%

Sim, porque é interativo e por causa da coleção e dos conteúdos são os motivos que caracterizam a satisfação dos visitantes; no entanto, os + de 65 anos não são tão específicos na sua resposta, dizendo que o museu “é muito interessante”

4 – Do que gostou mais?

Coleção e conteúdos 32%, interativos 30%, Tudo, é um projeto muito completo 14%

Coleção e conteúdos e Interativos são comuns a todas as faixas etárias, mas no seguimento do que se referiu anteriormente, os +65 anos dão respostas mais gerais, comentam principalmente que gostaram “de tudo.”

5 – Teve interesse na tecnologia e usou-a?

Sim, 80%, a interação é fascinante 7%.

O “sim” foi comum a todas as idades, sendo as respostas dadas, com detalhes, de pequenas percentagens.

6 – Se sim, porque se interessou pelos dispositivos tecnológicos?

Gosto de interação 29%, o futuro leva-nos a estar mais próximos da tecnologia 27%, gosta de tecnologia 14%.

A interação é transversal a todas as idades, no entanto, verifica-se que a preocupação / consciência com a evolução da tecnologia no futuro se regista nos visitantes com mais idade, ou seja, nas faixas dos 46 aos 65 anos e nos +65 anos, que pode traduzir-se em alguma ansiedade e/ou com a necessidade prática à sua adaptação à tecnologia.

7 – Os dispositivos tecnológicos foram intuitivos e/ou eficazes? Ou sentiu falta de um mediador?

54% disseram que sim, a tecnologia foi interativa, 21% que em alguns dispositivos precisaram de um mediador, noutros não e 16% que não há nada como uma visita guiada / senti falta de um mediador.

Todas as faixas etárias destacam que a tecnologia foi intuitiva, no entanto, todas também comentam a necessidade de um mediador em algumas situações, principalmente os +65 anos; o que se verifica é que a tecnologia, por si só, pode não ser acessível a todos.

8 – A tecnologia substitui os mediadores? Ou os mediadores podem substituir a tecnologia?

A maioria, 57%, defende que um não substitui o outro / que se complementam, 20% que a explicação direta de um mediador / pessoal é sempre necessária, 16% que os mediadores não podem ser substituídos pela tecnologia, uma vez que têm mais sensibilidade em relação ao visitante. Existem algumas respostas interessantes que cimentam o facto de que a tecnologia torna a experiência mais interativa (2%) e que, em grupo, torna a experiência mais divertida (2%).

Todas as faixas etárias defendem que “um não substitui o outro / que se complementam”. Em 2º lugar, é destacada, também, por todos, “a necessidade da explicação direta de um mediador” ou que “os mediadores não podem ser substituídos pela tecnologia”, à exceção da faixa dos 46 aos 65 anos (com valores mais baixos), o que se pode justificar com a sua motivação principal registada que é o lazer.

A análise destes dados fruto da observação direta e das entrevistas ao público, deve ser cruzada e enquadrada com **o enquadramento e o olhar dos profissionais**, ou seja, com a equipa do museu. No seguimento do que afirmava Mário Vairinhos no seu questionário (ver Apêndice V)³⁶, citado anteriormente, sobre a necessidade de uma constante manutenção e monitorização, a Eng. Cristina Domingues, IT Manager do Museu, afirma, no seu questionário³⁷ (em Apêndice IV), não encontrar “nenhuma desvantagem no uso desta multimédia interativa e do seu respetivo sistema, pois as estratégias são todas direcionadas para garantir a operacionalidade dos sistemas”, além disso, “o trabalho dos mediadores tem contribuído muito para minimizar o tempo de falha de qualquer dispositivo, pois de imediato comunicam, sendo mais célere a resolução do problema.”. Confirma-nos também o que analisámos nos dados anteriores, que as estatísticas nos mostram uma percentagem muito alta de visitantes que interagem nos dispositivos, principalmente na cunhagem da moeda e da nota virtual com a cara do visitante, dos quais uma percentagem significativa (10%) partilha a experiência nas redes sociais.

³⁶ Questionário realizado a 11/08/2018;

³⁷ Questionário realizado a 10/07/2018.

À semelhança dos dados que igualmente recolhemos por parte do público, vários entrevistados comentam “que mediador e tecnologia se complementam e devem ser aliados.” João Pedro Vieira³⁸ informa-nos que

a utilização de multimédia interativa oferece efetivamente modos mais dinâmicos de tratamento e apresentação de alguma informação e pode melhorar a experiência individual/coletiva do visitante. Se a experiência for convenientemente mediada, pode potenciar a aprendizagem e a retenção de informação relevante sobre as temáticas do museu em públicos escolares.

No entanto, sente que tem igualmente desvantagens: tem impacto negativo direto na conservação do espólio em exposição (fonte de calor) e a sua vertente lúdica pode muito facilmente eclipsar a sua função de instrumento facilitador/motivador de aprendizagem (efeito de diversão).

José Lemos³⁹, também Técnico de museu e numismática (em Apêndice IV), assume que

naturalmente as expetativas terão que ser vistas no museu, no seu todo, embora como é natural, o impacto da multimédia, fosse aquele que mais ansiedade despertava (...) e não só as expectativas se confirmaram, como pelo conhecimento e experiência do contato com o público, ultrapassaram, em larga medida, as previsões.

No entanto, salienta

[que] o papel que os mediadores educativos têm no museu reveste-se de uma importância extraordinária, (...) na condução das visitas aos mais diversos níveis (regulares, protocolos), nos workshops para adultos e crianças, e fundamentalmente através das visitas-oficinas para crianças que conferem ao museu um papel de eleição no panorama nacional. A tecnologia interativa e os mediadores andam de mão dada. Basta que nos lembremos que os dispositivos multimédia são criados pelo ser humano, com o objetivo de se tornarem uma ferramenta de auxílio.

³⁸ Questionário realizado a 12/07/2018;

³⁹ Questionário realizado a 25/06/2018.

Todos estes profissionais fazem mediação no museu, mas falando agora dos especialistas em mediação, com esse objetivo e função principal – a que tenho vindo a chamar “mediadores” – existe também uma sintonia em relação ao trabalho que desenvolvem e que significados tem neste contexto tecnológico e interativo. Margarida Sampayo⁴⁰ (em Apêndice IV), Técnica de museu e mediadora, pensa

[que] a aposta numa museografia diferenciadora foi uma aposta vencedora. Porém, às vezes, como mediadora também sinto que pode condicionar a mediação, pois existe a tendência de nos tornarmos dependentes dela, e para mim um Museu deve igualmente funcionar sem a multimédia interativa. Se em determinadas situações a multimédia pode ajudar no processo de mediação, noutros casos pode até dificultar, pois afasta as pessoas da reflexão.

Ana Patrícia Jesus⁴¹ (em Apêndice IV), Assistente de museu e mediadora, salienta

[que] a experiência de visita vale sobretudo da relação interpessoal que se estabelece. Infelizmente, na contemporaneidade começam a surgir exposições temporárias que dispensam mediadores culturais, pelo uso de áudio-guias, o que transmite uma experiência muito individualizada e a aquisição de conhecimento através de um discurso fechado, que não suscita a partilha de opiniões.

Outra questão interessante para que Ana Patrícia chama a atenção é que “a utilização destes interativos durante as visitas orientadas, facilmente alonga a duração da visita, pelo que se deve fazer sempre uma gestão do tempo, negociando a melhor forma de todos participarem sem que o façam em todas as ocasiões”.

Cláudia Nascimento⁴² (em Apêndice IV), Assistente de museu e mediadora, elucida

[que] os mediadores do museu estão consciencializados para sensibilizar o público a usar os dispositivos interativos, para que estes possam fazer uma visita mais rica em conteúdos e mais divertida. Os interativos permitem que o público explore a coleção, descobrindo-a de uma perspetiva diferente, o que de outro modo não aconteceria. (...) Mas é desejável que a tecnologia seja, acima de tudo, um complemento positivo no trabalho do mediador. Não creio que, com o

⁴⁰ Questionário realizado a 29/07/2018;

⁴¹ Questionário realizado a 30/06/2018;

⁴² Questionário realizado a 07/07/2018.

crescente desenvolvimento e possibilidades da tecnologia, a aposta deva ser a da substituição ou redução do papel do mediador, uma vez que é este que acaba por humanizar a experiência de uma visita ao museu.

Quanto às estratégias e relação que foram desenvolvendo com estes dispositivos, as mediadoras entrevistadas afirmam o mesmo: tentam encontrar sempre o equilíbrio, ou seja, os interativos multimédia não devem ser evitados ou assustar, “mas sim ser aliados, mas também não devem ser o centro”. Em contexto de visita orientada tentam, não só, “dar oportunidade aos participantes de interagir com a multimédia interativa, como potenciar a experiência museal criando maior dinâmica”. Os dispositivos multimédia permitem “dar ao participante a possibilidade ter uma voz ativa e não ser apenas um recetor passivo de conteúdos, facilitando também o entendimento do espólio exposto”.

Margarida Sampayo⁴³ acrescenta

[que] este tipo de projeto contraria a ideia pré-concebida de que as pessoas autonomamente, e sem qualquer ajuda por parte de um mediador, iriam compreender o funcionamento dos interativos. Foi uma ideia gorada. O que não deixa de ser curioso, pois a introdução destes interativos multimédia relevou, ainda mais, a importância do mediador no espaço museal. Confirmaram, ainda, que os dispositivos multimédia podem ser simultaneamente um aliado e um inimigo. Um aliado quando tudo funciona e um inimigo quando tudo deixa de funcionar. Afinal de contas não é apenas o homem que é falível, mas as máquinas também.

⁴³ Questionário realizado a 29/07/2018.

4. PROCESSOS DE MEDIAÇÃO CULTURAL NO MUSEU DO DINHEIRO: DIVERSIDADE DE CONTEXTOS, ESTRATÉGIAS E FERRAMENTAS

Como comenta Inês Ferreira (2016, p. 315), “a mediação não é a simples intermediação mas transformação, (...) mediar é ligar as partes para construir significados, *no espaço entre*, num processo transformador”. Svabo (2010, citado por Ferreira, 2016, p. 315) fala de “modos de visita mediados” quando, entre o visitante e o objeto exposto, existe algum elemento de mediação, distinto do visitante e do objeto. Concordando com este entendimento, defende-se que os resultados definem **4 tipos principais de mediação, no Museu do Dinheiro:**

Mediação Pessoal (MP) – públicos em visita orientada; em visita livre, a mediação pessoal pode não acontecer, dependendo da presença ou não de assistentes de sala

Mediação Interativa (MI) - públicos em visita livre e em visita orientada; em visita livre, pode não acontecer, dependendo do interesse do visitante

Mediação Tecnológica (MT) – públicos em visita livre e em visita orientada; em visita livre, pode não acontecer, dependendo do interesse do visitante

Mediação Pessoal + Interativa + Tecnológica (MPIT) – públicos em visita orientada

Recentrando novamente a linha de abordagem na figura do mediador, podemos perceber que ele representa um elo importante neste espaço entre visitante + coleção e interação + tecnologia, para o plano da informação + conteúdos + contexto + reflexão + emoção + aprendizagem = TRANSFORMAÇÃO.

Os mediadores orientam a interpretação e a experiência de forma personalizada, ajudam a direcionar o foco e a criar relevância perante a abundância de informação disponível sob diversas formas e suportes. Como afirma Miguel Honrado (2007, p. 18 – 20), a preocupação de mediação deverá estar quotidianamente presente, sendo vertida, tanto quanto possível, e de forma específica, na missão do museu, como se se verificou acontecer no Museu do Dinheiro, quer através do tipo de programação cultural educativa e projetos que desenvolvem, quer através do *feedback* dado pela equipa de mediação, sobre a sua filosofia de trabalho.

Neste sentido, verificou-se, no capítulo anterior, que os elementos mediadores (profissionais, tecnologia, interativos) se relacionam de forma criativa com os visitantes e os objetos, e discutiram-se formas de o fazer. Especificamente, o mediador do Museu do Dinheiro trabalha para:

- Ativar processos de mediação a partir de problemas e ideias chave
- Propor desafios e questões divergentes: “e se....”
- Ser criativo / usar várias estratégias
 - manusear objetos
 - fazer demonstrações
 - criar situações
 - propor narrativas
 - conduzir contar histórias
- Envolver o corpo e os sentidos
- Recorrer aos dispositivos tecnológicos
- Promover a participação
- Fomentar jogos, brincadeiras, fantasias
- Promover a interação no grupo
- Usar referências comuns que criem pontes com as experiências e os conhecimentos prévios dos visitantes
- Ser abrangente na contextualização do objeto
- Não responder diretamente, fomentar a descoberta

Como defendem Sara Barriga⁴⁴ e Rita Canavarro⁴⁵, a escolarização da educação museal não é mediação,

pela escolarização, queremos dizer que os museus abandonam os seus objetivos de serem centros de comunicação e cultura para reduzir o seu papel de complemento da formação promovida na escola, conformando-se com os métodos de educação escolar tradicional (Lopes, 1992, p. 263).

Relativamente aos comportamentos descritos, dos públicos, correspondem a um processo de reconhecimento, motivado pela necessidade de segurança e orientação.

O elemento “novidade” apresenta assim um duplo efeito: por um lado, é um potencial motivador do processo de aprendizagem, já que suscita a curiosidade e propicia a necessidade de acomodação da nova informação, obrigando o aprendiz a um exercício ativo de reestruturação do que já sabe e a um processo de descoberta. Por outro, pode provocar dispersão e insegurança, estados que inibem a aprendizagem e a capacidade de concentração (GOMES DA SILVA, 2007, p. 59 - 60).

Aliás, é relevante voltar a referir Falk (2009, p. 158 – 159), que criou cinco "tipos de experiência", que diz se registarem praticamente em todos os museus, e que a pessoa pode experimentar diferentes tipos de experiência, em diferentes momentos, independentemente das características demográficas. Estes tipos descrevem as necessidades humanas básicas:

- “explorers” (motivados por curiosidade pessoal) → exploradores
- “facilitators” (motivados por outras pessoas e as suas necessidades) → facilitadores
- “experience-seekers” (motivados pelo desejo de ver e experimentar um lugar) → caçadores de experiências
- “professional/hobbyists” (motivados por objetivos específicos relacionados com o conhecimento) → profissionais / especialistas
- “rechargers” (motivados pelo desejo de uma experiência contemplativa) → contemplativos.

O estudo deste autor revela, ainda, que, uma vez criados laços de alguma familiaridade

⁴⁴ Entrevista Gravada a 19/07/2018;

⁴⁵ *Idem.*

com o ambiente, os públicos tendem a desenvolver um crescente grau de concentração, aumentando também a sua capacidade para o desempenho de tarefas e a sua sensação de conforto dentro do museu. Os participantes necessitam, portanto, de tempo para explorar, assimilar e acomodar tanto o novo espaço como a nova informação, relacionando-a com as suas motivações e interesses, e precisam, sobretudo, de estratégias eficientes para o fazerem (Falk, 2009, p. 232).

O projeto do Museu do Dinheiro defende que

o conceito de participação é o coração do paradigma do museu tecnológico, já que o seu papel reside precisamente em aproximar o mundo do visitante, singular e privado, nas narrativas do museu, e o storytelling digital é um dos mecanismos mais ricos que este tem ao seu dispor para se abrir. A tecnologia digital pode aprofundar o mecanismo empático da narrativa, historicamente associado à atitude contemplativa, acrescentando-lhe uma nova dimensão. Passamos de uma experiência do «ver» para uma experiência do «estar», ou seja, da terceira pessoa para a primeira (Vairinhos, 2016, p. 75).

Francisco Providência (2015, p. 11) também comenta que

ao fazer do museu o lugar adequado ao exercício da dúvida (em vez da divulgação da certeza), contribuir-se-ia para uma melhor compreensão e inovação (...).

Efetivamente, os questionários do público caracterizaram significativamente o museu de “inovador”. Izabela Luiza Pop e Anca Borza (2016, p.2, citando Eid, 2016) afirmam que

(...) a inovação em museus foi definida como a criação de produtos, processos ou modelos de negócios novos ou aprimorados pelos quais os museus podem cumprir sua missão social e cultural de maneira eficiente.

Neste caso, os visitantes referiram-se bastante à “inovação tecnológica”, ou seja, o fato de o museu ter adotado novas tecnologias, que permitem oferecer às pessoas uma experiência de visita ativa.

Portanto, falamos da inovação ligada às novas tecnologias

(...) que podem ser usadas pelos museus para desenvolver o seu conteúdo através do ‘Edutainment’ (educação através do entretenimento) e melhorar a qualidade dos serviços oferecidos a seus visitantes (Pop e Borza, 2016, p. 3).

No entanto, já verificámos que as potencialidades da tecnologia só são verdadeiramente aproveitadas quando estas apelam à criatividade e à inteligência do visitante. Por muito que se procure conceber interfaces digitais "pessoais" e "naturais" a comunicação tem sempre uma natureza interpessoal e serão incompletas sem a mediação pessoal.

Verificou-se, também, através da pesquisa sobre o Museu do Dinheiro e sua programação cultural, que a acessibilidade é muito importante para este museu, para não se excluïrem determinados grupos, que por diversas razões, têm dificuldade em aceder à informação apresentada. Falamos de pessoas com baixa literacia ou poucos conhecimentos prévios, pessoas com deficiência ou incapacidade sensorial ou cognitiva, as crianças (integradas nas visitas familiares), a população sénior (com a inevitável diminuição de habilidades motoras, sensoriais e cognitivas), ou os turistas estrangeiros, com a natural barreira linguística. Neste sentido, o museu disponibiliza a todos os visitantes o acesso físico, sensorial e intelectual aos conteúdos da coleção, mas é também, por isso, fundamental aprofundar o conhecimento acerca dos benefícios das aprendizagens na área das competências digitais, porque dependem da literacia digital e do desenvolvimento de modelos adequados e adaptados para permitirem o acesso, a participação e a criação autónoma.

Nas soluções tecnológicas disponibilizadas pelos museus, a curva de aprendizagem deve ser rápida para que o visitante não desperdice o tempo de visita que tem disponível. Ao contrário das tecnologias que utilizamos diariamente e que permitem uma curva de aprendizagem mais lenta, percebeu-se que alguns dispositivos são intuitivos e de fácil utilização, outros nem por isso. Além disso, como comenta Deloche (2016, p. 153),

se o museu é caracterizado pela experiência sensitiva que dá ao visitante, ou seja, para apresentar as coisas aos nossos sentidos, em vez de ideias, (...) pode, a longo prazo, contribuir somente para a transformação do museu em laboratório de experimentação sensorial.

Na busca de respostas para esta discussão, encontrou-se em Sejul Malde, Research Manager da Culture24⁴⁶, duas áreas de foco significativas:

⁴⁶ <https://www.culture24.org.uk/home>, consultado a 10/10/2018.

uma consiste em procurar entender como os museus podem tornar-se mais relevantes numa cultura cada vez mais digital; e a outra área é perceber como os museus podem moldar o seu propósito social para se tornarem mais relevantes para as necessidades sociais em mudança. Importa explorar as conexões entre essas duas áreas, através da compreensão do propósito social das tecnologias digitais. (...) Uma área mais emergente da prática digital de museus baseia-se em ideias de participação para defender uma abordagem co-criativa para a sua gestão e estratégias.

Nesses casos, é mais do que apenas usar ferramentas digitais para facilitar uma atividade participativa, mas sim usar a cultura digital para defender valores participativos democráticos na formação do próprio museu.

Pensamos, então, que nos cruzamos com um objetivo estratégico da política cultural que propõe a democracia cultural, ou seja, não se limita ao acesso do património cultural, mas pressupõe que todos possam ter a possibilidade, de maneira efetiva, de ser criadores da sua própria qualidade de vida e de participar no desenvolvimento da sua 'comunidade'. Falamos não só de “un ir hacia la gente, pero un partir desde la gente”, participação cultural e vida associativa que cria condições para a transformação cultural (Ander-Egg, 1992, p. 91 - 92).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em primeiro lugar, considera-se relevante salientar que este museu trata de um tema - o dinheiro - que é muito transversal, sensível e impactante, mas que exerce grande fascínio. As expectativas em relação ao sucesso do museu, ultrapassaram as expectativas da instituição, como demonstram os indicadores quantitativos e qualitativos analisados.

Falando especificamente da mediação cultural no Museu do Dinheiro, foi possível identificar, neste estudo, 4 **tipos principais de mediação**:

-**Mediação Pessoal (MP)** – mediação realizada por profissionais mediadores; os públicos em visita orientada têm esta mediação; em visita livre, a mediação pessoal pode não acontecer, dependendo da presença ou não de profissionais mediadores em assistência de sala
-**Mediação Interativa (MI)** – mediação realizada por elementos ou dispositivos interativos, sejam tecnológicos ou não; os públicos em visita livre e em visita orientada têm esta mediação; em visita livre, pode não acontecer, dependendo do interesse do visitante
-**Mediação Tecnológica (MT)** – mediação realizada por dispositivos tecnológicos, sejam interativos ou não; os públicos em visita livre e em visita orientada têm esta mediação; em visita livre, pode não acontecer, dependendo do interesse do visitante
-**Mediação Pessoal + Interativa + Tecnológica (MPIT)** – mediação mais completa, realizada por profissionais mediadores, dispositivos interativos e tecnológicos; os públicos em visita orientada têm acesso a estas mediações

E o que foi gerado neste encontro? A que é que o público responde?

- a aprender enquanto se se diverte
- a novas experiências
- à percepção do imediato
- ao apelo visual
- à interação
- ao contato pessoal, humano e afetivo
- à reciprocidade tecnológica e/ou pessoal

Verificou-se que existem vários níveis de relação e envolvimento do público, mas, no geral, a componente de multimédia interativa permite a presença de vários discursos e cada um escolhe aquele que mais lhe interessa ou se identifica, o que o representa, o que tem a ver com a sua história. Defende-se que estimula igualmente reações emotivas que, por sua vez, facilitam a construção de narrativas e de compreensão. Estimula também a relação social, em vez de isolar, porque permite ações conjuntas, com diferentes visitantes, estimulando as relações interpessoais, pois verifica-se a partilha de memórias comuns, são, portanto desbloqueadores de conversas e experiências.

Também se verificou, no entanto, que o nível de satisfação muito elevado do público também concomitantemente depende muito do trabalho dos mediadores do museu, que realizam a orientação, acompanhamento e trabalho educativo. Essa foi outra questão que se analisou, ou seja, os mediadores trabalham no mundo e com o mundo, e agora com a tecnologia. O que é gerado também nesse encontro? Sendo os museus lugares propiciadores de aprendizagens, estas implicam, por parte dos mediadores, a construção de estratégias para uma exploração estruturada, capaz de dar uma razão e um sentido ao que se vê e se experimenta. Neste caso, a introdução destes equipamentos tecnológicos foram motivo de ansiedade e um desafio, estando agora completamente integrados nas atividades educativas. As principais preocupações dos mediadores, no geral, são:

- o trabalho de estruturação das atividades
- a duração das atividades, pois a utilização dos dispositivos interativos implicam mais tempo e mais exploração
- o grau de interação depende muito do visitante, logo, a participação e envolvimento podem variar

Portanto, depende como se trabalha esta tecnologia, no museu, neste espaço do meio entre coleções, públicos e ideias que a instituição quer trabalhar, mas também de ideias que o público deve trabalhar autonomamente e, neste caso, “sem o pano de fundo de uma narrativa originária e intencional, a mediação tecnológica, de forma isolada, pode incorporar o sujeito da experiência museográfica, numa narrativa arbitrária – a do próprio visitante – e nesse sentido, podemos falar de um espaço sem autoria, no qual emerge uma experiência que já não se encontra organizada e que é construída” (Vairinhos, 2016, p. 80).

Então, porquê investir na mediação interpessoal? Como os resultados do estudo de campo indicam, conclui-se que tem que haver uma relação de paridade entre a mediação pessoal e a mediação tecnológica, pois o contacto humano engloba conversa, contacto visual, afeto, confronto, troca de ideias, emoções, empatia, partilha e muitos outros que nunca poderão ser substituídos por uma máquina. Além disso, é sempre a mediação pessoal que recruta a tecnológica e não o contrário, porque se a tecnologia dominar o papel do mediador, toda a visita passa a ser mais prescritiva, menos sensorial, mais regulamentada, mais formal.

Portanto, consideramos que as tecnologias deverão ser sempre um meio e não o elemento principal, devendo ser utilizadas para promover a ligação entre o visitante, as coleções e os próprios espaços do museu. A tecnologia multimédia deve servir como ferramenta de interpretação, dar a conhecer as verdadeiras histórias e contextos por detrás de cada objeto. O objetivo de um produto cultural multimédia deve conseguir a melhor receção e entendimento da mensagem expositiva, por parte dos públicos. Mas, isso só é viável se for alcançado um equilíbrio entre conteúdo e tecnologia. Aqui, os mediadores são considerados essenciais.

Agora, como comenta também Luís Raposo⁴⁷, até se pode antecipar que as tecnologias digitais passarão a ser usadas não apenas no pilar da “comunicação” do museu, mas em todas as suas funções sociais: o registo 3D tornará mais económico o restauro de peças e permitirá melhores e mais seguros índices de desempenho no inventário; o acesso virtual a coleções revolucionará a relação entre reservas e áreas expositivas; estas últimas, e bem assim os seus catálogos (mesmo impressos), poderão passar a ser compostas “à medida do cliente”, seja ele presencial ou remoto. Poderemos igualmente estar perante a emergência de um “novo modelo de negócio” para os museus – e por isso se acentua o carácter disruptivo destas tecnologias.

No entanto, se os museus quiserem continuar a ser relevantes no mundo, cada vez mais digitalmente influenciado, precisam reconhecer como a própria sociedade está a mudar por causa da cultura digital e responder a essas mudanças de maneira significativa. A mudança social é muito mais profunda do que simplesmente haver mais pessoas na web ou a usar *smartphones*. É sobre mudanças na nossa identidade, no nosso bem-estar, nas informações que consumimos, na democracia em que participamos e nas redes e comunidades com as quais conectamos⁴⁸.

Nesse sentido, e acreditando-se no propósito social das práticas digitais participativas, para a promoção de uma democracia cultural e criativa maior, pergunta-se em relação à visão para o futuro: poderá o Museu do Dinheiro, ou outros museus portugueses, usarem o mundo digital mais aprofundadamente como, por exemplo, para projetos de *crowdsourcing* para melhorar as coleções (como já vimos acontecer); ou para usar os canais de *social media* para promover uma discussão mais ampla e interativa com as comunidades de interesse; ou para usar ferramentas digitais como espaços e/ou laboratórios para re-interpretar coleções ou co-criar exposições?

⁴⁷ <https://www.publico.pt/2018/05/16/culturaipsilon/opiniao/os-museus-e-o-mundo-virtual-amigos-ou-inimigos-1808069>, consultado a 03/10/2018.

⁴⁸ <https://www.aam-us.org/2017/05/01/artificial-intelligence-the-rise-of-the-intelligent-machine/>, consultado a 20/08/2018.

FONTES E REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FONTES

BANCO DE PORTUGAL (2017). “Apresentação do Museu do Dinheiro na Semana de Integração 2017”. (Consultado a 22/03/2018);

BANCO DE PORTUGAL (2016). “Enquadramento e Proposta da Programação Cultural”, Lisboa, DSADM. (Consultado a 19/02/2017);

BANCO DE PORTUGAL (2016). “Museu do Dinheiro - Relatório de Impacto abr - ag 2016”, Lisboa. (Consultado a 11/01/2017);

BANCO DE PORTUGAL (2016). “Plano atividades 2016”, DSADM - Núcleo de Museu. (Consultado a 19/01/2017);

BANCO DE PORTUGAL (2018). “Relatório de Atividade 2018 do Museu do Dinheiro”. (Consultado a 11/09/2018);

BANCO DE PORTUGAL (2016). “Resultados dos questionários de avaliação ao Museu do Dinheiro 2016”, DSADM - Núcleo de Museu; . (Consultado a 20/02/2017).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AA. VV. (1989). *La Muséologie – Selon Georges-Henri Rivière*, Bordas, Dunod (Col. *Muséologie – Textes et Témoignages*).

Aidar, G. e Chiovatto, M. (2007) ‘Ação educativa em museus’, in Park, M., Fernandes, R. e Carnicel, A. (orgs.) *Palavras-chave em educação não-formal*. Holambra/Campinas: Ed. Setembro/Unicamp-CMU.

Allard, M. *et al.* (1995) ‘La visite au musée’, *Reseau*, 27(4), pp. 14-19.

- Ander-Egg, E. (1992) *Desarrollo y política cultural*. Buenos Aires: Ediciones Ciccus.
- Anderson, G. (2004) *Reinventing the museum: historical and contemporary perspectives on the paradigm shift*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Andersson, M. A. (2001) 'L'impact des nouvelles Technologies sur les recherches et l'enseignement dans les musées', in *L'avenir des musées*. Paris: Musée du Louvre.
- Andrade, P. (2016) *A comunicação pública da arte. O caso dos museus de arte locais e globais*. Casal de Cambra: Caleidoscópio.
- Aubouin, N., Kletz, F. e Lenay, O. (2010/1) 'Médiation culturelle: l'enjeu de la gestion des ressources humaines', *Culture Études*, 1.
- Azevedo, C. (2010) *O lugar e o papel da educação nos Museus Municipais: o Ecomuseu Municipal do Seixal*. Tese de Mestrado. Universidade de Lisboa. Disponível em: http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/2704/2/ULFBA_TES380.pdf (Acedido: 11 novembro 2018).
- Barbosa, A. M. (2009) 'Mediação cultural é social', in Barbosa, A. M. e Coutinho, R. (orgs.) *Arte/Educação como mediação cultural e social*. S. Paulo: Editora UNESP.
- Barriga, S. (2007) 'Plano de Acção Educativa: alguns contributos para a sua elaboração', in Barriga, S. e Silva, S. G. (coords.) *Públicos – Serviços Educativos na Cultura*, nº 2. Porto: SetePés.
- Barriga, S. (2011) *Serviços educativos em Portugal: ponto da situação. Documento de recomendações*. Texto elaborado no âmbito do Encontro Nacional Serviços Educativos em Portugal: Ponto da situação, realizado no dia 7 de fevereiro de 2011, no Museu Nacional de Arte Antiga, Lisboa. Disponível em: http://icomportugal.org/multimedia/ceca2011_sarabarriga.pdf (Acedido: 11/11/2017).
- Bellido Gant, M. L. (2013) 'Los museos y los nuevos medios: paradigmas del conocimiento y difusión', *Boletín de la Sociedad de Amigos de la Cultura de Veléz-*

Málaga, 12. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4284339.pdf> (Acedido: 18/11/2017).

Berry, N. e Mayer, S. (1989) *Museum education: history, theory, and practice*. Reston: NAEA.

Black, G. (2005) *The engaging museum. Developing museums for visitor involvement*. Londres e Nova Iorque: Routledge.

Blanco, A. G. (1988) *Didáctica del museo: el descubrimiento de los objetos*. Madrid: Ediciones de la Torre.

Bourdieu, P. e Darbel, A. (1969) *L'amour de l'art*. Paris: Les Éditions de Minuit.

Boya I Busquets, J. e Gomis, M. (2005) 'Las nuevas tecnologías en la exposición', *Revista Museo*, 10. Disponível em: <http://www.lavert.net/sites/default/files/file/blog/Las%20nuevas%20tecnolog%C3%A4s%20en%20la%20exposici3n.pdf> (Acedido: 11/10/2018).

Brandão, J. M. (1996) 'Acção cultural e educação em museus', *Cadernos de Museologia*, 5. Disponível em: <http://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/article/view/252/161> (Acedido: 10/05/2018).

Brown, K. (2017) Les musées sans murs et la définition du musée de l'IC', in Mairesse, F. (dir.) *Définir le musée du XXI^e siècle: matériaux pour une discussion*. Paris: ICOFOM.

Bruno, M. C. (2011) *Os museus servem para transgredir: um ponto de vista sobre a museologia paulista. Museus: o que são, para que servem? Sistema Estadual de Museus*. S.Paulo: Governo de São Paulo.

Caillet, E. (1995) *À l'approche du musée, la médiation culturelle*. Lyon: Presses Universitaires de Lyon.

Caillet, E. (1994) 'L'ambiguïté de la médiation culturelle: entre savoir et présence', *Culture & Musées*, 6.

Camacho, C. F. (2007) 'Serviços educativos na Rede Portuguesa de Museus: panorâmica e perspectivas', in Barriga, S. e Silva, S. G. (coord.) *Públicos – Serviços Educativos na Cultura*, nº 2. Porto: SetePés.

Cameron, D. F. (1968) 'A view point: the museum as a communication system and implications for museum education', *Curator: The Museum Journal*, 11(1).

Carwin, S. (2017) 'Adapter la définition du musée aux défis du XXI^e siècle', in Mairesse, F. (dir.) *Définir le musée du XXI^e siècle: matériaux pour une discussion*. Paris: ICOFOM.

Chaumier, S. (2012) *Traité d'expologie. Les écritures de l'exposition*. Paris: La Documentation Française.

Chiovatto, M. (2010) *Ação educativa: mediação cultural em museus*. Comunicação apresentada nas Jornadas Culturais 2010, do Centro de Memória Bunge, São Paulo.

Coelho, A. (2018) 'Tecnologias: um fim ou um meio? (I)', *Boletim ICOM Portugal*, III(11), pp. 17-19.

ICOM Portugal (2017) *Contributos para uma urgente e necessária política museológica nacional*. Disponível em:

http://icom-portugal.org/wp-content/uploads/2017/10/2017_ICOMPT_PoliticaMuseus1.pdf (Acedido: 11 novembro 2018).

Coutant, N. (2017) 'Définir le musée du XXI^e siècle: les enjeux contemporains des musées de l'éducation et de l'école', in Mairesse, F. (dir.) *Définir le musée du XXI^e siècle: matériaux pour une discussion*. Paris: ICOFOM.

Coutinho, R. (2009) 'Estratégias de mediação e a abordagem triangular', in Barbosa, A. M. e Coutinho, R. (orgs.) *Arte/educação como mediação cultural e social*. S. Paulo: Editora UNESP.

Davallon, J. (2007) 'A mediação: a comunicação em processo?', *Prisma.com. Revista de Ciências da Informação e Comunicação do CETAC*, 4.

Davallon, J. (1999) *L'exposition à l'oeuvre. Stratégies de communication et médiation symbolique*. Paris: L'Harmattan.

Deloche, B. (2003) *El museo virtual*. Gijón: Editorial Trea.

Deloche, B. (2016) 'L'irruption du numérique au musée: de la muséologie à la noologie', in Mairesse, F. (dir.) *Nouvelles Tendances de la museologie*. Paris: La Documentation Française.

Delors, J., Al-Mufti, I., Amagi, I., Carneiro, R., Chung, F., Geremek, B., Gorham, W., Kornhauser, A., Manley, M., Quero, M. P., Savané, M.-A., Singh, K., Stavenhagen, R., Suhr, M. W. e Nanzhao, Z. (1998) *Educação: um tesouro a descobrir. Relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI*. Brasília: UNESCO e MEC.

Desvallées, A. e Mairesse, F. (dirs.) (2013) *Conceitos-chave de Museologia*. São Paulo: Armand Colin e ICOM.

Dysthe, O., Bernhardt, N. e Esbjorn, L. (2013) *Dialogue – based teaching. The art museum as a learning space*. Copenhagen: Skoletjenesten.

Domingues, A., Silva, I., Lopes, J. T. e Semedo, A. (2003) *A cultura em acção: impactos sociais e território*. Porto: Edições Afrontamento.

Duarte, A. (2013) 'Nova Museologia: os pontapés de saída de uma abordagem ainda Inovadora', *Revista Museologia e Patrimônio, Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio*, 6(1), pp. 99-117.

Eco, H. (2005) 'El museo en el tercer milenio', *Revista de Occidente*, 290-291, pp. 33-54.

Falk, J. (1999) 'Museums as institutions for personal learning', *Daedalus*, 128(3), pp.259-275.

Falk, J. (2009) *Identity and the museum visitor experience*. California: Left Coast Press.

Falk, J. e Dierking, L. D. (1992) *The museum experience*. Washington: Whalesback Books.

Falk, J., Dierking, L. D. e Adams, M. (2011) 'Living in a learning society: museums and free-choice learning' in Macdonald, S. (ed.) *A companion to museum studies*. Oxford, Blackwell Publishing, pp. 323-339.

Fernández, L. A. (1999) *Museologia y Museografía*. Barcelona: Ediciones del Serbal.

Ferreira, I. (2015). *Museus e criatividade, espaços entre e mediação*. Lisboa: Caleidoscópio/DGPC.

Filipe, G. (2000) 'A perspectiva educativa nas relações entre museus, património e História', *O Ensino da História: Boletim da APH*, III (18).

Filipe, G. (2011) *Diálogos, aprendizagens e educação nos museus: formulando uma visão*. Texto elaborado no âmbito do Encontro Nacional Serviços Educativos em Portugal: Ponto da situação realizado no dia 7 de fevereiro de 2011, no Museu Nacional de Arte Antiga, Lisboa. Disponível em: http://icom-portugal.org/multimedia/CECA2011_GracaFilipe.pdf (Acedido: 06/01/2018).

Filipe, G. (1996) 'Ecomuseu no Seixal - Construindo um modelo museológico', Actas V Encontro Nacional Museologia e Autarquias, *Cadernos de Sociomuseologia*, 8(8). Disponível em:

<http://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/article/view/281>

(Acedido: 11/01/2018).

Filipe, G. (1999) 'Educação, património e autarquias. O Museu, como instrumento de comunicação: experiência no Seixal', *Arqueologia e História Regional de Setúbal*.

Filipe, G. (2000) *O Ecomuseu Municipal do Seixal no movimento renovador da museologia contemporânea em Portugal (1979-1999)*. Dissertação de Mestrado em Museologia e Património. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.

Filipe, G. e Varine, H. (2015) 'Que futuro para os Ecomuseus?' *Revista Al-madan*, II(19).

Fontal Merillas, O. (2003) *La educación patrimonial. Teoría y práctica en el aula, el museo e Internet*. Asturias: Editorial Trea.

- Freire, P. (2005) *Educação como prática da liberdade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Fróis, J. P. (2008) 'Os Museus de arte e a educação. Discursos e Práticas Contemporâneas', *Museologia.pt*, 2, pp. 62-75.
- Gellereau, M. (2005) *Les mises en scène de la visite guidée, Communication et médiation*. Paris: L'Harmattan.
- Gomes, R. T., Lourenço, V. (2009) *Democratização cultural e formação de públicos – Inquérito aos Serviços Educativos em Portugal*. Lisboa: Observatório das Actividades Culturais.
- Gomes da Silva, S. (2007) 'Enquadramento teórico para uma prática educativa nos museus', *Serviços Educativos na Cultura. Coleção de Públicos*, nº 2. Porto: SetePés.
- Gutwill, J., Hido, N. e Sindorf, N., (2015) 'Research to practice: observing learning in tinkering activities', *The Curator: Museum Journal*, 58(2), pp. 967-987.
- Hein, G. E. (2000) *Learning in the Museum*. London: Routledge.
- Hein, G. E. (2006) 'Museum Education', in Macdonald, S. (ed.) *A companion to museum studies*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Henriques da Silva, R. (2003) 'Museus em acção: os desafios necessários', in Domingues, Á. (ed) *A Cultura em acção. Impactos sociais e território*. Porto: Edições Afrontamento.
- Henriques da Silva, R. (2000) 'Os museus: histórias e prospectiva' in Pernes, F. (dir.) *Século XX. Panorama da cultura portuguesa*. 3º volume. Porto: Edições Afrontamento/Sociedade Porto 2001/Fundação de Serralves.
- Hernández, J. e Tresseras, J. (2010) *Gestión del patrimonio cultural*. Barcelona: Ariel Patrimonio.
- Homs, M. I. (2009) *Pedagogía museística: nuevas perspectivas y tendencias actuales*. Barcelona: Ariel Patrimonio.
- Honrado, M. (2007) 'Públicos da cultura e serviços educativos: novos desafios? – Viagem

ao continente da multiplicação dos sentidos’, in Barriga, S., Silva, S. G. (coord.) *Públicos – Serviços Educativos na Cultura*. Número 2. Porto: SetePés.

Hooper-Greenhill, E. (2007) *Museums and education: purpose, pedagogy, performance*. Londres: Routledge.

Hooper-Greenhill, E. (2000) *Museums and the interpretation of visual culture*. Londres e Nova Iorque: Routledge.

Hooper-Greenhill, E. (2001) *Museum, media, message*. Londres e Nova Iorque: Routledge.

Hudson, K. (2001) *Out of our minds learning to be creative*. Chichester: Capstone Publishing Ltd.

ICOM (2008). ‘Referencial de profissões do ICOM’. Dir. Angelika Ruke .

João, J. F. (2012). *A importância da mediação cultural na relação entre a escola e a instituição cultural*. Tese de Mestrado em Ciências da Educação. Universidade de Lisboa.

Jorgensen, D. L. (1989) *Participant observation: a methodology for human studies*. Applied Social Research Methods Series. Número 15. London: Sage Publications.

Juanals, B., Minel, J. L. (2016) ‘Stratégies de communication et dispositifs de médiation à l’ère numérique: vers des «musées ouverts»?’ in Mairesse, F. (dir.) *Nouvelles Tendances de la museologie*. Paris: La Documentation Française.

Kavanagh, G. (1991) *The Museums profession: internal and external relations*. Londres: Leicester University Press.

Kerckhove, D. (1997) *A pele da cultura*. Lisboa: Relógio d’ Água.

Köptcke, L. S. (2003) ‘Observar a experiência museal: uma prática dialógica?’ in Ribamar, J. (coord.) *Avaliação e estudos de públicos de museus e centros de ciência*. Caderno do Museu da Vida. Rio de Janeiro: Fiocruz.

Kotler, P. (2003) *Marketing management*. New Jersey: Prentice Hall.

Leite, F. (2018) 'Tecnologias: um fim ou um meio? (II)' *Boletim ICOM Portugal*, III(11), pp. 20-21.

Le Marec, J. (1993) 'L'interactivité, rencontre entre visiteurs et concepteurs', *Publics et Musées*, 3, pp. 91-109.

Lopes, J. T. (2007) *Da democratização à democracia cultural. Uma Reflexão sobre políticas culturais e espaço público*. Porto: Profedições, Lda./Jornal A Página da Educação.

López, J. e Cáceres, M. (2014) *Manual para el desarrollo de proyectos educativos de museos*. Gijón: Ediciones Trea.

Lord, B. (2007) *The manual of museum learning*. New York: AltaMira Press.

Lord, B. e Piacente, M. (2014) *The manual of museum exhibitions*. Segunda edição. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.

Lorente, J. P. (2012) *Manual de historia de la museología. Manuales de museística, patrimonio y turismo cultural*. Madrid: Ediciones Trea.

Mairesse, F. (2015) 'Comunicação, mediação e marketing', *Museologia e Interdisciplinaridade*, 4(7).

Mairesse, F. (2010) *Le musée hybride*. Paris: La Documentation Française.

Malraux, A. (1947) *Le musée imaginaire*, Paris: Gallimard.

Martinho, T. D. (2007) *Apresentar a arte. Estudo sobre monitores de visitas a exposições*. Documentos de trabalho. Número 9. Lisboa: Observatório das Actividades Culturais.

Martinho, T. D. (2011) *Mediação cultural – Alguns dos seus agentes*. Tese de Doutoramento. ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa.

Martinho, T. D. (2013) 'Mediadores culturais em Portugal: perfis e trajetórias de um novo grupo ocupacional', *Análise Social*, XLVIII(2).

Mendes, J. A. (2009) *Estudos do património. Museus e educação*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.

Mensch, P. V. e Mensch, L. V. (2011) *New trends in museology*. Celje: Museum of Recent History Celje.

Message, K. (2006) 'The new museum', *Theory, Culture & Society*, 23(2-3).

Mestre, J. S. e Antolí, N. S. (2007) *Museografía didáctica*. Barcelona: Editorial Ariel.

Mir, C. L. B. (2009) 'Educação como mediação em centros de arte contemporânea', in Barbosa, A. M. e Coutinho, R. (orgs.) *Arte / Educação como mediação cultural e social*. S. Paulo: Editora UNESP.

Moore, K. (org.) (1998) *La gestión del museo*. Gijón: Ediciones Trea.

Morduchowicz, R. (2008) *La generación multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires: Paidós.

Moura, C. (2012) *O Pulsar de Meio Século 1953 – 2011, Historial crítico sobre os Serviços Educativos dos Museus do Estado*. Texto elaborado no âmbito do Encontro Nacional Serviços Educativos em Portugal: Ponto da Situação realizado no dia 7 de fevereiro de 2011, no Museu Nacional de Arte Antiga, Lisboa. Disponível em: http://icom-portugal.org/multimedia/CECA_Catarina%20Moura_2011_O%20Pulsar%20de%20Meio%20Século.pdf (Acedido: 14/02/2018).

Moutinho, M. (2011) 'A Memória também está em crise', *Museus em Rede - Boletim da Rede Portuguesa de Museus*, 38, pp. 9-10.

Neves, J. S., Santos, J. A. (2013). 'O Panorama Museológico em Portugal: os Museus e a Rede Portuguesa de Museus na Primeira Década do Século XXI'. Lisboa: Direção-Geral do Património Cultural.

Oliveira Santos, E. (2013) *A Identidade corporativa no contexto museológico. Um projeto de identidade visual corporativa para o Museu Nacional do Azulejo*. Tese de

Mestrado em Design de Comunicação. ESAD - Escola Superior de Artes e Design.

Pereiro, X. (2003) 'Do Museu ao Ecomuseu: os novos usos do património cultural', in Pardellas X. X. (dir.) *Turismo Natural e Cultural*. Vigo: Universidade de Vigo, pp. 141-158.

Pessoa, F. S. (2001) *Reflexões sobre Ecomuseologia*. Porto: Edições Afrontamento.

Peyren, A. (2010) *Être médiateur au musée. Sociologie d'un métier en trompe-l'oeil*. Paris: La documentation Française.

Primo, J. (1999) 'Museologia e património: documentos fundamentais', *Cadernos de Sociomuseologia*, 15(15), pp. 5-14.

Providência F. (2012) *Poeta, ou aquele que faz. A poética como inovação em design*. Tese de Doutoramento. Universidade de Aveiro.

Providência F. et al. (2013) 'Centro de Interpretação do Mosteiro da Batalha: criação de um teatro da memória'. In *Revista Património*, nº 1, Lisboa, DGPC;

Quintela, P. (2011) 'Estratégias de mediação cultural: inovação e experimentação no Serviço Educativo da Casa da Música', *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 94, pp. 63-85.

Rice, D. (2003) 'Balancing act: education and the competing impulses of museum work', *Museum Studies*, 29(1), pp. 7-19.

Roy, J. B. (2001) 'Histoire et préhistoire de la médiation', *Musées & Collections publiques de France*, 232, pp. 5-16.

Ruíz, R. A. (2005) 'Nuevas tecnologías aplicadas a la exposición permanente: el MARQ de Alicante', *Museos.Es, Revista de la Subdirección General de Museos Estatales*, 1, pp. 100-111.

Sagues, M. C. (1999) *La difusión cultural en el museo: servicios destinados al gran público*. Gijón: Ediciones Trea.

Schiele, B., Boucher, L. (2001-2002) Note sur la médiation museale contemporaine', *QUADERNI*, 46, pp. 27-41.

Semedo, A. e Ferreira, I. (2012) 'Collaborative spaces for reflective practice', in Kristiansen, E. (ed.) *The Transformative Museum Conference, DREAM*. Odense: Roskilde University, pp. 347-364.

Silva, S. (2011) *Visita guiada: uma estratégia da educação museal*. Tese de Mestrado. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa.

Simon, N. (2010) *The participatory museum*. San Francisco: Museum 2.0.

Tilden, F. (1957). *Interpreting our heritage*, Chapel Hill: University of North Carolina Press.

Vairinhos, M. (2018). 'Memória Descritiva'. Enviada por e-mail, a 20/08/2018;

Vairinhos, M. (2016) 'O museu, narrativa e interatividade', *Ergotrip Design 2015 – Textos dos palestrantes*, Universidade de Aveiro, CreateSpace;

Vergara, L. G. (1996) *Curadorias educativas. A consciência do olhar: percepção imaginativa. Perspectivas fenomenológicas aplicadas à experiência estética*. Comunicação apresentada no *Congresso Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas*, realizado em Brasília. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/93593842/Luiz-Guilherme-Vergara> (Acedido: 22/03/2018).

Vygotsky, L. S. (2007) *Formação social da mente*. Sétima edição. São Paulo: Martins Fontes.

Witcomb, A. (2006) 'Interactivity: thinking beyond', in Macdonald, S. (ed.), *A companion to museum studies*. Oxford: Blackwell Publishing.

Web consultada:

<https://www.aam-us.org/2017/05/01/artificial-intelligence-the-rise-of-the-intelligent-machine/>, consultado a 20/08/2018.

<http://www.arqueohoje.com>, consultado a 19/01/18;

[https://www.bportugal.pt/pt-](https://www.bportugal.pt/pt-PT/OBancoeoEurosistema/Historia/Paginas/default.aspx)

[PT/OBancoeoEurosistema/Historia/Paginas/default.aspx](https://www.bportugal.pt/pt-PT/OBancoeoEurosistema/Historia/Paginas/default.aspx), consultado a 13/12/2017;

http://www.monumentos.pt/Site/APP_PagesUser/SIPA.aspx?id=3448, consultado a 13/12/2017.

<https://www.bportugal.pt/Organograma?mlid=642#comunicacao-e-museu>,

consultado a 20/01/2018.

<https://en.unesco.org/themes/museums> consultado a 06/06/2018

<http://www.fprovidencia.com/portfolio/museu-dinheiro/> , consultado a 06/01/2018.

<http://www.google.com/culturalinstitute/about/artproject/>, consultado a 13/02/2018

<http://icom.museum>; consultado a 10/10/2017

<http://icom-portugal.org> consultado a 7/10/2018

<http://icom-portugal.org/2017/05/18/contributos-para-uma-urgente-e-necessaria-politica-museologica-nacional-icom-portugal-2/>, consultado a 23/03/2017;

<https://medium.com/@SejulM/museums-doing-digital-and-museums-doing-good-can-we-forge-a-connection-be45ab5b67ab>, consultado a 10/10/2018

www.museudodinheiro.pt, consultado a 14/01/2018

<https://www.museudodinheiro.pt/destaques>, consultado a 21/10/2018

<https://www.museudodinheiro.pt/maismuseu/19/museu-da-mouraria>, consultado a 28/01/2018

<https://www.museudodinheiro.pt/museu/4/nucleo-a-nucleo>, consultado a 12/02/2017

<http://network.icom.museum/ceca/> consultado a 07/06/2018

<http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/museus-e-monumentos/rede-portuguesa/lei-quadro-dos-museus-portugueses/>, consultado em 23/03/2017.

<https://www.publico.pt/2018/05/16/culturaipsilon/opiniao/os-museus-e-o-mundo-virtual-amigos-ou-inimigos-1808069> consultado a 03/10/2018

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Relação entre o público, coleção – conhecimento, tecnologia e/ou mediador.

2018, © Daniela Viela

Figura 2 – Organograma do Museu do Dinheiro. 2018, © Daniela Viela

Figura 3 – Relação dos públicos com a coleção, mediadores e interativos. 2018, ©

Daniela Viela

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Resultado da observação direta, de 7 grupos organizados, visita orientada.

2018, © Daniela Viela

Quadro 2 – Matriz resultante da observação direta de 6 mediadores, em 7 visitas orientadas. 2018, © Daniela Viela

ANEXO I

[Localização do Museu do Dinheiro]



Mapa 1 - Ortofoto da cidade de Lisboa com localização do Museu do Dinheiro (assinalado a vermelho). *In* [Imagens Google, Dados do mapa ©2018, Inst. Geogr. Nacional]

ANEXO II

[Fotografias Edifício]



Imagem 1: Altar mor. [BdP]



Imagem 2: Nave da Igreja. [BdP]



Imagem 3: Púlpito e Caixa Forte. [BdP]



Imagem 4: Altar mor. [BdP]



Imagem 5: Pormenor - Janela. [BdP]



Imagem 6: Pormenor de cantaria. [BdP]



Imagem 7: Trabalhos arqueológicos no interior do edifício. [BdP]



Imagem 8: Núcleo arqueológico de interpretação da Muralha de D. Dinis. [BdP]



Imagem 9: Poço pré-pombalino - Núcleo arqueológico de interpretação da Muralha de D. Dinis. [BdP]



Imagem 10: Muralha - Núcleo arqueológico de interpretação da Muralha de D. Dinis. [BdP]

ANEXO III

[Fotografias Exposições]



Imagem 11: Núcleo TOCAR / O que é o dinheiro?. [BdP]



Imagem 12: Núcleo TOCAR / O que é o dinheiro?. [BdP]



Imagem 13: Núcleo TROCAR / Isto é Dinheiro. [BdP]



Imagem 14: Núcleo TROCAR / Isto é Dinheiro. [BdP]



Imagem 15: Núcleo TROCAR / Isto é Dinheiro. [BdP]



Imagem 16: Núcleo CONVENCIONAR / A origem da Moeda. [BdP]



Imagem 17: Núcleo CONVENCIONAR / A origem da Moeda. [BdP]



Imagem 18: Núcleo CONVENCIONAR / A origem da Moeda. [BdP]



Imagem 19: Núcleo REPRESENTAR / Sala do Tesouro. [BdP]



Imagem 20: Núcleo REPRESENTAR / Sala do Tesouro. [BdP]



Imagem 21: Núcleo REPRESENTAR / Sala do Tesouro. [BdP]



Imagem 22: Núcleo REPRESENTAR / Sala do Tesouro. [BdP]



Imagem 23: Núcleo NARRAR / Genealogia do Dinheiro e da Banca. [BdP]



Imagem 24: Núcleo NARRAR / Genealogia do Dinheiro e da Banca. [BdP]



Imagem 25: Núcleo NARRAR / Genealogia do Dinheiro e da Banca. [BdP]



Imagem 26: Núcleo FABRICAR / Produção de Moedas e Notas. [BdP]



Imagem 27: Núcleo FABRICAR / Produção de Moedas e Notas. [BdP]



Imagem 28: Núcleo FABRICAR / Produção de Moedas e Notas. [BdP]



Imagem 27: Núcleo FABRICAR / Produção de Moedas e Notas.
(Exemplo de de fabrico de Nota Virtual feito por um visitante). [cedido à autora]



Imagem 27: Núcleo FABRICAR / Produção de Moedas e Notas.
(Exemplo de de fabrico de Moeda Virtual feito por um visitante). [cedido à autora]



Imagem 28: Núcleo ILUSTRAR / Notas do Mundo. [BdP]



Imagem 29: Núcleo ILUSTRAR / Notas do Mundo. [BdP]



Imagem 30: Núcleo ILUSTRAR / Notas do Mundo. [BdP]

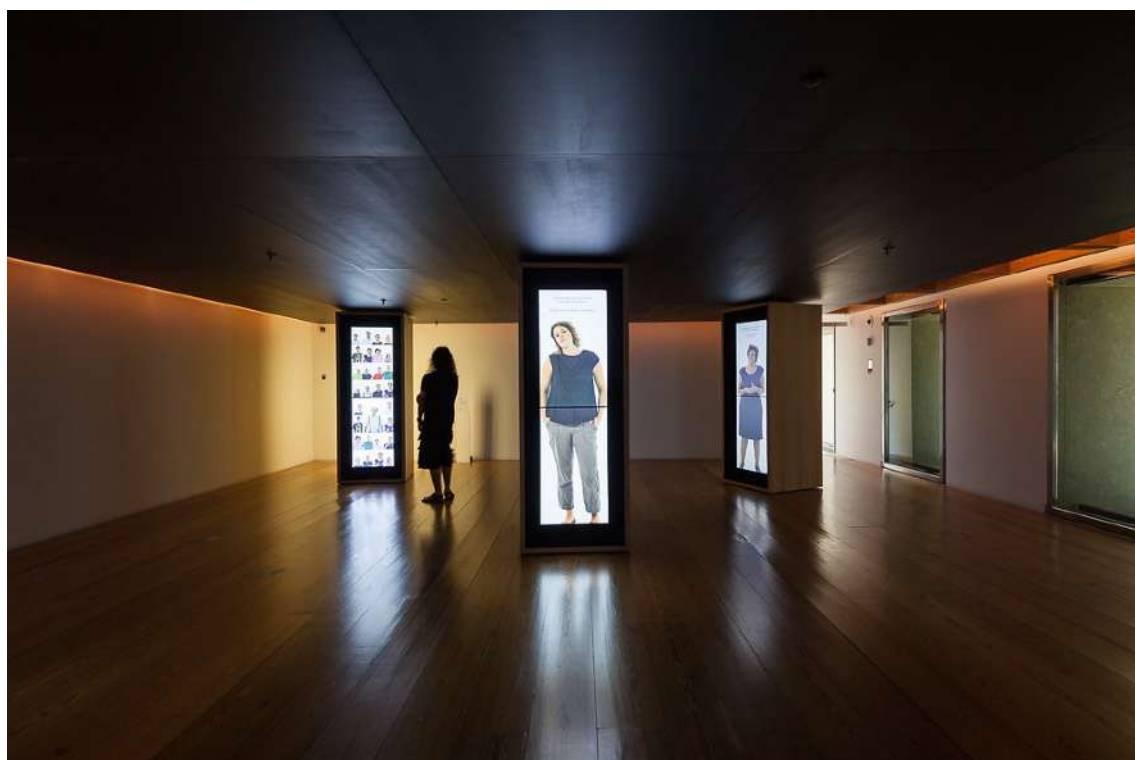


Imagem 31: Núcleo TESTEMUNHAR / O Homem e o Dinheiro. [BdP]



Imagem 32: Núcleo REVELAR / Memória do Sítio. [BdP]



Imagem 33: Núcleo REVELAR / Memória do Sítio. [BdP]



Imagem 34: Núcleo de Interpretação da Muralha de D. Dinis. [BdP]

ANEXO IV

[Fotografias Públicas]



Imagem 35: Visita de Grupo ao Núcleo de Interpretação da Muralha de D. Dinis. [BdP]



Imagem 36: Visita de Grupo ao Núcleo de Interpretação da Muralha de D. Dinis. [BdP]



Imagem 37: Visita de Grupo ao Núcleo Interpretação da Muralha de D. Dinis. [BdP]



Imagem 38: Visita orientada ao Museu do Dinheiro. [BdP]



Imagem 39: Visita orientada ao Museu do Dinheiro. [BdP]



Imagem 40: Visita orientada ao Museu do Dinheiro. [BdP]



Imagem 41: Visita -Jogo “Troco por Trocas” [BdP]



Imagem 42: Visita - Oficina “De Caras”. [BdP]



Imagem 43: Visita - Oficina “Os Deuses andam à solta”. [BdP]



Imagem 44: Visita - Oficina “De Caras”. [BdP]



Imagem 45: Visita - Oficina “Desenhos à desgarrada”. [BdP]



Imagem 46: Visita - Oficina “Desenhos à desgarrada”. [BdP]



Imagem 47: Visita - Percurso “Lixbõa e o Rei que escrevia poesia”. [BdP]

ANEXO V

[Fotografias Programação]



Imagem 48: Visita seminário “O Tempo narrado pela Arqueologia” à exposição temporária “(Re)Fundações de Lisboa”.

[BdP]



Imagem 49: Visita - oficina “Quando a terra tremeu”. [BdP]



Imagem 50: Visita seminário “O Tempo narrado pela Arqueologia” à exposição temporária “Ânforas Imperiais”. [BdP]



Imagem 51: Visita - oficina “Um passeio com D. Dinis pelos areais do Tejo”. [BdP]

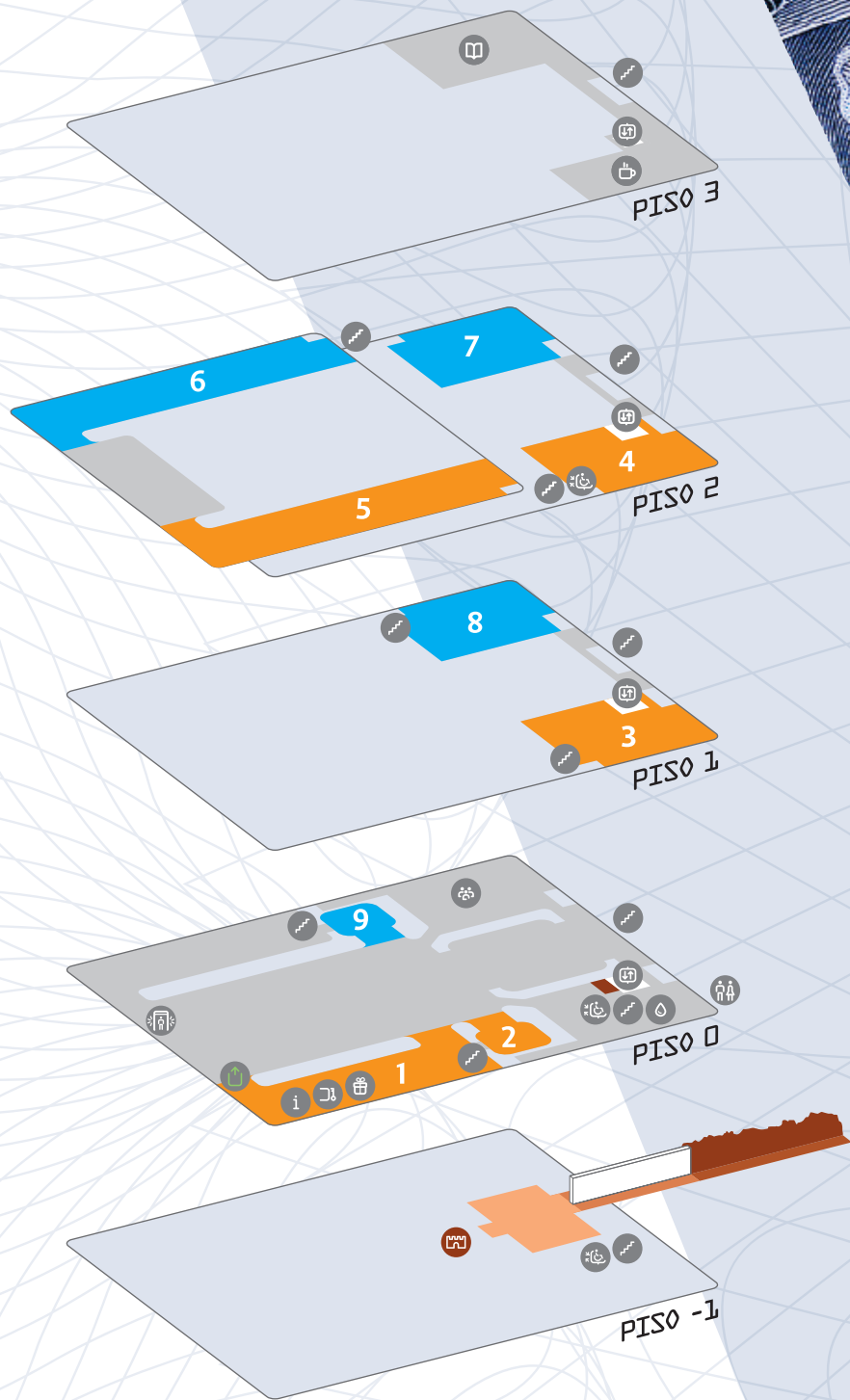
ANEXO VI

[Informação Museu: Folhetos]

VENHA VER DINHEIRO



MUSEU DO
DINHEIRO
BANCO DE PORTUGAL



MAPA DO MUSEU

- | | | | |
|----------------|---------------|-------------------------|--------------------------|
| 1 Tocar | 6 Fabricar | 11 Informações | 12 Loja |
| 2 Trocar | 7 Ilustrar | 13 Cacifos | 14 WC |
| 3 Convencionar | 8 Testemunhar | 15 Auditório | 16 Escada |
| 4 Representar | 9 Revelar | 17 Biblioteca | 18 Elevador |
| 5 Narrar | | 19 Cafeteria | 20 Plataforma elevatória |
| | | 21 Pórtico de segurança | 22 Dispensador de água |
| | | 23 Saída | |
- 24 Núcleo de Interpretação da Muralha de D. Dinis

MUSEU DO DINHEIRO

O museu apresenta o tema do dinheiro, a sua história e a sua relação com as sociedades e com o indivíduo, no Ocidente e no Oriente.

Um museu único na sua vocação, que expõe em salas temáticas o acervo numismático, notafílico e artístico do Banco de Portugal.

Na exposição, a abordagem contemporânea dos dispositivos multimédia dialoga com objetos reais e surpreendentes. Ao longo do percurso, revelam-se artigos pré-monetários, moedas e notas do mundo, instrumentos de fabrico, a história da banca e o papel do dinheiro na vida dos cidadãos.

O Museu do Dinheiro promove o encontro, o diálogo, a construção de conhecimento e de visões críticas, através de uma programação educativa e cultural para todas as idades, para toda a comunidade.



Dobra de 16 escudos ou peça (25 600 réis) Ensaio Monetário | D. João V | Lisboa | 1731 | Ouro



MUSEU DO DINHEIRO
BANCO DE PORTUGAL

Largo de S. Julião, Lisboa

Entrada gratuita
10h00 às 18h00 | quarta a sábado
www.museudodinheiro.pt

Visitas orientadas | sábados às 11h30 (90 min.)

Visitas breves | 5.ªs feiras às 13h00 (45 min.)

Visitas para grupos
4.ªs, 5.ªs e 6.ªs feiras | Marcação prévia
Reservas T + 351 213 213 240 | info@museudodinheiro.pt

Informações úteis

O museu disponibiliza zonas de acolhimento e de experimentação, serviços de cafeteria, loja, auditório e biblioteca.

1 TOCAR

O que é o Dinheiro?

O excerto do texto de Charles Dickens enquadra a questão que interpela o visitante ao longo de todo o percurso de visita: “o que é o dinheiro?”

Uma barra de ouro, acessível ao tato, é enquadrada pela porta da antiga casa forte e contrasta com a imagem, de grande formato, da exploração mineira no garimpo brasileiro.



3 CONVENCIONAR

A Origem da Moeda

As primeiras formas de moeda, convencionadas no mundo ocidental e oriental, destacam-se num filme em 3D. Um dispositivo multimédia de grande escala permite, através da navegação no tempo e no espaço, descobrir factos relevantes sobre a história do dinheiro.

Expõem-se ainda exemplares raros do acervo de moeda grega, romana e chinesa.

5 NARRAR

Genealogia do Dinheiro e da Banca

Na vitrina serpenteante expõem-se peças que representam a história da moeda e da banca comercial em território português, desde as primeiras trocas mercantis ao advento do Euro. Um miradouro virtual aponta, sobre a cidade de Lisboa, a localização dos bancos centrais da Zona Euro e dos países de expressão portuguesa.



7 ILUSTRAR

Notas do Mundo

Na sala dedicada à ilustração do dinheiro erguem-se lâminas de vidro, assentes num mapa-múndi desenhado no pavimento, que mostram a variedade expressiva dos elementos gráficos e cromáticos das notas, refletindo a diversidade de aspetos culturais dos vários países.

Fauna, flora, personalidades, monumentos e paisagens icónicas podem também ser apreciados em detalhe em “livros virtuais” inseridos numa parede cénica, interativa.

9 REVELAR

Memória do Sítio

A antiga capela acolhe o segundo deus Hermes, figura que estabelece a ponte entre o passado e o futuro. A escultura multimédia, dedicada à memória do lugar, mostra a Lisboa medieval em contraponto com a cidade pombalina e põe em evidência a transformação da Baixa, centro histórico, financeiro e administrativo da capital e local de implantação da sede do Banco de Portugal.

Nos visores laterais, observam-se ilustrações arqueológicas 3D dos achados encontrados nas recentes obras de recuperação do edifício.



2 TROCAR

Isto é Dinheiro

Uma estátua representativa de Hermes, deus grego do comércio e das trocas, dialoga com o público propondo-lhe a troca direta de bens por outras formas de dinheiro.

Em torno da figura podem ver-se exóticas formas de dinheiro e de artigos-padrão, oriundas das mais diversas culturas e épocas, mostrando que o dinheiro é uma convenção transversal à cultura humana.



4 REPRESENTAR

Sala do Tesouro

Uma floresta tubular encerra e dá voz às peças mais emblemáticas da coleção.

Exemplares raros narram parcelas de estórias, episódios eternizados nas faces das moedas. Na vitrina expõem-se tesouros numismáticos, um Oban japonês e outros objetos singulares.

Um painel lúdico, interativo, espelha o visitante enquanto este manipula, roda e amplia as moedas expostas.



6 FABRICAR

Produção de Moedas e Notas

Aqui descobrem-se minérios, máquinas, chapas de impressão e esboços que estão na origem das moedas e das notas.

Os temas abordados vão dos sofisticados sistemas de garantia fiduciária até à visualização microscópica das fibras que compõem as notas. É também possível testar a genuinidade do dinheiro que se traz no bolso ou cunhar e imprimir virtualmente uma moeda e uma nota com o perfil e o rosto do visitante.

Neste espaço encontra-se ainda um “poço dos desejos”.

8 TESTEMUNHAR

O Homem e o Dinheiro

Neste espaço vêem-se e ouvem-se, num ambiente e escala natural, depoimentos de pessoas que, como nós, vivem uma relação particular com o dinheiro e manifestam os seus pontos de vista. Também o visitante é convidado a gravar o seu testemunho acerca do papel que o dinheiro assume no seu dia-a-dia.





A Muralha de D. Dinis

A Muralha de D. Dinis é um monumento indispensável para compreender a história de Lisboa.

Em finais do séc. XIII, Lisboa era um importante centro económico e de comércio sujeito a ataques vindos do mar. Para defender pessoas e bens, D. Dinis mandou construir uma muralha na zona ribeirinha da cidade.

Anterior à Cerca Fernandina, que ditou o seu progressivo abandono, a Muralha de D. Dinis esteve em uso durante cerca de 75 anos. Junto a ela desenrolava-se o dia-a-dia das gentes e sentia-se o bulício próprio da capital do reino.

Ao longo dos séculos, muitos edifícios aproveitaram a solidez desta construção

para aí apoiarem as suas paredes, entre os quais o Paço Real da Ribeira construído por D. Manuel no período dos Descobrimentos.

Em 1755, o Terramoto de Lisboa danificou quase por completo a estrutura, que permaneceu soterrada mais de 250 anos. Em 2010, escavações arqueológicas realizadas durante a remodelação da sede do Banco de Portugal trouxeram o monumento de novo à luz do dia.

No Núcleo de Interpretação da Muralha de D. Dinis é possível compreender o modo como esta estrutura defensiva do séc. XIII influenciou o posterior urbanismo da capital.

Muralha D. DINIS

Núcleo de Interpretação



MUSEU DO
DINHEIRO
BANCO DE PORTUGAL



MUSEU DO DINHEIRO
BANCO DE PORTUGAL

Banco de Portugal • Largo de S. Julião, Lisboa

Entrada gratuita
10h00 às 18h00 (última entrada às 17h30)
Quarta a sábado
www.museudodinheiro.pt

Visitas regulares orientadas (sem marcação prévia): sábados às 11h00 (45 min)

Visitas para grupos (com marcação prévia)
Reservas: T + 351 213 213 240 | info@museudodinheiro.pt

A Muralha revelada à cidade

Classificada como Monumento Nacional, a Muralha de D. Dinis é a única muralha medieval de Lisboa que pode ser apreciada e compreendida através de um Núcleo de Interpretação. A exposição situa-se na cripta da antiga Igreja de S. Julião e convida a descobrir objetos, sons e imagens que caracterizavam os areais do Tejo nos períodos romano, medieval e moderno. Uma viagem de mais de 1000 anos pela história de Lisboa.



I REI D. DINIS O longo reinado de D. Dinis (1261-1325) consagrou-o como um dos monarcas de maior relevância na sua época. Fixou as fronteiras de Portugal e impulsionou estrategicamente o comércio nacional e internacional. A D. Dinis se deveu a grande importância dada ao ensino, à língua portuguesa e à cultura.

A sonoplastia da exposição destaca o legado trovadoresco do monarca. Vídeos apresentam a genealogia de D. Dinis, o Tratado de Alcanizes, entre outras imagens e documentos da época.

Moedas portuguesas e francesas – tornês, dinheiro e um *gros tournois* – ilustram as transações internacionais em franco progresso no reinado.



II ANIMAÇÃO CRONOLÓGICA Projecção na cripta mostra a evolução do urbanismo na frente ribeirinha, das cercas e muralhas e do sistema antissísmico que perdura desde o século XVIII.

III LIXBOA CENTRO DE CULTURA A reconquista de Lisboa, em 1147, trouxe um considerável desenvolvimento económico. A cidade cresceu para fora da Cerca Moura e estendeu-se pelo vale da Baixa. Lisboa tornou-se um pólo comercial e cultural importante na Europa e a sua corte um dos maiores centros literários da Península Ibérica.

A cidade medieval é apresentada por imagens e documentos que ilustram a malha urbana tardo-medieval, os ofícios e o comércio.

IV O TEMPO NARRADO PELA ARQUEOLOGIA A intervenção arqueológica permitiu caracterizar a evolução da Baixa lisboeta entre a época romana imperial e a atualidade.

Registos visuais documentam passo-a-passo o processo de trabalho.

Os sons evocam o período medieval, recriando o quotidiano dos mercados e dos ofícios de uma cidade em movimento.

V DE FRAGMENTOS A ARTEFACTOS

Os vestígios da presença humana remontam a cerca de 2000 anos.

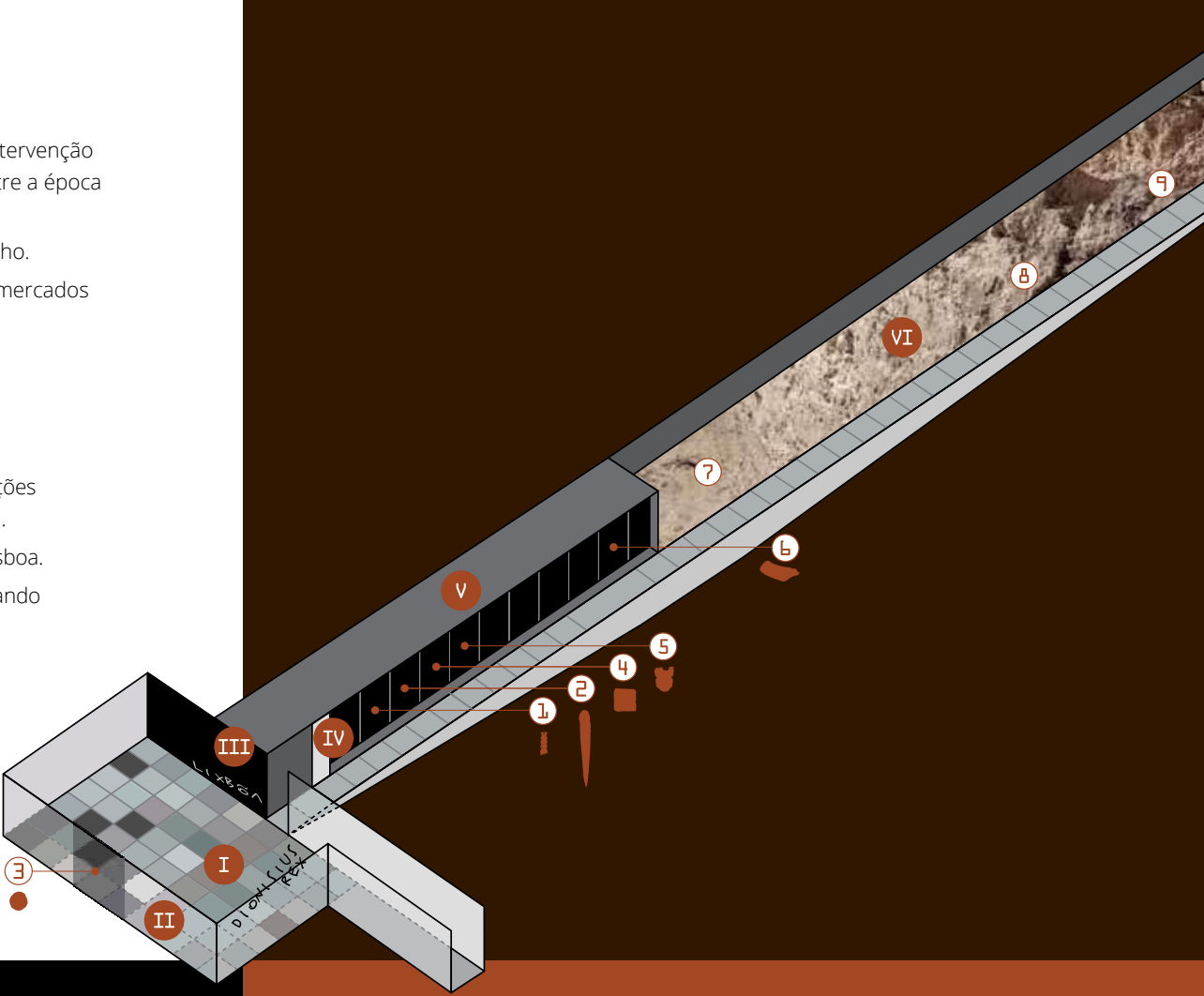
Dos mais de 100 000 fragmentos cerâmicos recolhidos nas escavações arqueológicas, a maior parte pertence às épocas romana e islâmica.

Os objetos expostos atestam a vocação comercial e marítima de Lisboa.

Animações em 3D reconstroem virtualmente cada objeto, completando assim a informação sobre a sua forma, textura e função.

VI A MURALHA Este inédito troço de muralha expõe evidências materiais da história como o reboco original, tosco e degradado, da sapata, e – numa faixa superior bem definida – o revestimento do Paço Real da Ribeira, construído já no século XVI.

Os sons encenam o espaço e remetem para os areais do Tejo, a força das marés, embarcações e o voo das gaivotas sobre o Tejo.



1 Figa | Séc. XVIII-XIX. Este tipo de objeto, já conhecido na Antiguidade Clássica, era originalmente um símbolo de caráter sexual. Ao longo do tempo, a sua simbologia evoluiu, passando a ser usado como amuleto contra o mau-olhado.



4 Azulejo | Séc. XVI. Azulejo com decoração geométrica policroma realizado com recurso à técnica de corda seca, tipicamente mudéjar, muito em voga nos inícios do séc. XVI.

Supõe-se que tenha integrado uma das divisões do antigo Paço Real da Ribeira, que se estendia até à Muralha de D. Dinis.



5 Torre | Séc. X-XIII. Fragmento de objeto em forma de torre, decorada com motivos geométricos. O desaparecimento da base impede a identificação clara da sua natureza, que poderá ter sido uma peça de xadrez ou a extremidade de uma roca de fiação.



6 Almofariz | 1.ª metade do séc. II d. C.. Fragmento de bordo de almofariz, que apresenta uma estampilha com a legenda “DIONYS(I) DOM LUCILI”. Indica uma produção do oleiro Dionysius das oficinas de Domitia Lucilla, a Menor, mãe do imperador Marco Aurélio.



7 Fratura no reboco | Linha de fratura no reboco, que se estende diagonalmente entre o topo da sapata e a parte superior da muralha. Terá resultado de um sismo, provavelmente o terramoto de 1755.



8 Poço pombalino | O poço pombalino foi construído depois de 1755, quando a muralha já estava soterrada e a circulação se fazia a um nível do solo próximo do atual. Os poços permitiam o fornecimento de água (por vezes potável) para as tarefas domésticas e, sobretudo, garantiam as reservas necessárias para combater os incêndios na cidade.



9 Revestimento cerâmico | Revestimento cerâmico de parede provavelmente de uma divisão do Paço Real da Ribeira que absorveu a Muralha de D. Dinis nos séculos XVI a XVIII.



Tornês
1279-1325 | Prata

Gros Tournois
1226-1270 | Prata

Dinheiros
1279-1325 | Bolhão



Reabilitação e restauro

Sede do Banco de Portugal e Museu do Dinheiro



MUSEU DO DINHEIRO
BANCO DE PORTUGAL

Largo de S. Julião, Lisboa
Entrada gratuita
Quarta a sábado das 10h00 às 18h00
www.museudodinheiro.pt

Visitas para grupos Marcação prévia
Reservas T + 351 213 213 240 | info@museudodinheiro.pt

Projeto de arquitetura Arquitetos Gonçalo Byrne e Falcão de Campos • **Projeto de estruturas e fundações** Equipa do Gabinete A2P, coordenada pelos Eng. João e Vasco Appleton • **Restauro** CaCo3, sob a coordenação da Dra. Teresa Silveira • **Arqueologia** Arquehoje, sob a coordenação do Dr. Artur Rocha • **Painéis acústicos e intervenção artística** Fernanda Fragateiro • **Projeto de águas e esgotos** Grade Ribeiro • **Projeto de instalações elétricas e segurança** Joule • **Projeto de instalações mecânicas** Galvão Teles • **Empreitada geral** HCI, Construções • **Equipamentos de segurança** Gunnebo e Omnistal • **Fiscalização** Proman.

História do quarteirão

A sede do Banco de Portugal

O quarteirão onde está instalada a sede do Banco de Portugal resultou da progressiva integração de um conjunto de oito edifícios e da antiga Igreja de S. Julião, que o Banco foi adquirindo entre 1868 e 1933.

Embora a fachada exterior aparente um conjunto homogêneo, as sucessivas alterações e adaptações no interior dos edifícios resultaram na fragilização estrutural do edificado, impondo-se uma profunda reabilitação.

Antiga Igreja de S. Julião

No século XVII, a Igreja de S. Julião não se encontrava no local que ocupa hoje, mas sim no cruzamento da Rua de S. Julião com a Rua Augusta.

Com a destruição causada pelo terramoto de 1755 a igreja foi reconstruída no Largo de S. Julião, onde existira a Patriarcal de D. João V, igualmente arrasada pela catástrofe.

A reconstrução foi concluída em 1802. Catorze anos depois, em 1816, um incêndio destruiu o recheio do templo, sujeitando-o a novas obras, que duraram até 1854.

Desde os anos 30 do século XX que a antiga igreja está na posse do Banco de Portugal, altura em que foi dessacralizada e convertida em instalações de serviços, nomeadamente casas fortes e centro de distribuição de numerário.



Museu do Dinheiro

Após a reabilitação de todo o quarteirão pombalino, finalizada em 2012, o edifício acolhe a sede do Banco de Portugal, instalando-se no espaço da antiga igreja o Museu do Dinheiro, inaugurado em 2016, onde se pode ainda visitar a Muralha de D. Dinis (século XIII), classificada como monumento nacional.

Em dezembro de 2017, a Câmara Municipal de Lisboa atribuiu ao edifício o Prémio Valmor e Municipal de Arquitetura 2014, reconhecendo a qualidade e a importância da obra promovida pelo Banco de Portugal no âmbito da revitalização da zona histórica da Baixa/Chiado e a devolução do edifício da antiga igreja à sociedade.

Cronologia da reabilitação

● **2004** O Banco de Portugal reinicia a análise das obras para reforçar a estrutura da sede, dando cumprimento aos eurocódigos sobre resistência sísmica e eficiência energética, à legislação sobre segurança contra incêndios e à implementação de medidas de prevenção de inundações e ciclones.



● **2006 Set.** O Comissariado para a Reabilitação da Baixa / Chiado propõe ao Banco de Portugal a integração da sua sede no reforço do centro financeiro integrado, localizado na Baixa. O Banco manifesta disponibilidade para, em conjugação com a execução das obras, instalar o futuro Museu do Dinheiro no espaço correspondente à antiga Igreja de S. Julião.



● **2007 Set.** Início do projeto dos arquitetos Gonçalo Byrne e Falcão de Campos.



● **2009 Dez.** Adjudicação da empreitada geral de reabilitação e restauro.



● **2010 Jul.** Confirmação da existência no subsolo da muralha de D. Dinis e deteção de parte da primitiva cabeceira do altar-mor.



● **2010 Dez.** IGESPAR viabiliza alterações ao projeto e autoriza o reinício dos trabalhos.



● **2012 Ago. a Out.** Conclusão dos trabalhos e reocupação do edifício.



● **2014 Abr.** Abertura do Núcleo de Interpretação da Muralha de D. Dinis.



● **2016 Mai.** Abertura do Museu do Dinheiro do Banco de Portugal.



● **2017** Atribuição de diversos prémios ao Museu do Dinheiro e do Prémio Valmor e Municipal de Arquitetura.



APOM



Acesso Cultura
Access Culture



VALMOR



Um dos maiores desafios foi a recuperação arquitetónica e estrutural da antiga Igreja de S. Julião.



As sucessivas intervenções realizadas até final do século XX desvirtuaram a morfologia e danificaram as paredes em cantaria da antiga igreja.



A remoção das diversas construções evidenciou uma ruína ferida mas ainda com um potencial de recuperação e aproveitamento consideráveis.



Foi exumado um espólio arqueológico de mais de 130 mil peças, com origens desde a época romana, incluindo enterramentos da anterior Necrópole de S. Julião, e foram identificadas e recolhidas estacas pombalinas associadas à reconstrução da Baixa após o terramoto de 1755.



Procurando simultaneamente proteger e dar sentido ao património existente, conciliou-se a preservação de algumas cicatrizes da destruição com a reconstituição do edifício.



Criaram-se novos espaços e recuperaram-se os anteriores, sem enaltecer nem esconder a história, mas interpretando-a segundo uma abordagem contemporânea.

ANEXO VII

[Informação Museu: Acessibilidades]



Acessibilidade



Avisos e recomendações

A entrada de visitantes efetua-se até às 17h30, i.e., até 30 minutos antes da hora de encerramento do Museu

O acesso ao Museu faz-se através de pórtico com *scanner* de segurança

Todo o Museu tem um circuito de videovigilância permanente

Acesso permitido com cães-guia

O programa poderá ser sujeito a alterações por motivos imprevistos, sem aviso prévio

A realização de algumas atividades e cursos implica a marcação prévia e a inscrição de um número mínimo de participantes

As atividades são adaptadas às caraterísticas do grupo, sob menção prévia dos objetivos de visita

O Museu do Dinheiro reserva-se o direito de recolher imagens das atividades para uso interno e para efeitos de divulgação

Recomendações:

- Menores de 12 anos devem ser acompanhados por um adulto em toda a visita
- Os responsáveis e acompanhantes do grupo devem permanecer junto do mesmo no decorrer das atividades
- Aconselha-se a utilização de telemóveis ou outros equipamentos no modo silencioso, nas salas de exposição

Não é permitido:

- Circular com mochilas, ou malas volumosas, e chapéus-de-chuva, ou outros objetos de grande dimensão (devem ser deixados na receção do museu em cacifos)
- Circular com animais (exceto cães-guia)
- Circular com garrafas de água, comer ou beber (exceto na cafetaria)
- Tocar nas obras de arte que se encontrem expostas no espaço do Museu
- Fotografar com *flash*
- Fotografar ou filmar as câmaras de vigilância e / ou os funcionários

ANEXO VIII

[Informação Museu: Peça Mês]

almofariz

> A peça

Fragmento de bordo de almofariz, em forma de aba, com a marca do oleiro impressa na parte superior. Corresponde a uma forma aberta de paredes espessas, baixa e robusta, com cerca de 46 centímetros de diâmetro interno. Conserva o arranque do bico vertedor, um sulco horizontal junto à ligação deste com a parede da peça, bem como uma marca de oleiro: *DIONYS(I) DOM LUCILI*.

Produzido em cerâmica comum, tem uma pasta grosseira na qual se incluem vários elementos não plásticos, tais como quartzos. Particularmente visíveis na face interior da parede, estes elementos criam uma superfície rugosa ideal para tarefas de moagem.

A sua produção é datável entre 123 a 135 d.C., sendo proveniente das oficinas da família *Domitii* no vale do Tibre, perto de Roma.



Fragmento BPLX – AMF 2 | © Artur Rocha

✓ O grupo

Os almofarizes constituem um grupo cerâmico bastante difundido em época romana e tinham como principal função a preparação culinária. Utilizados habitualmente para moer e macerar alimentos, em especial ervas e condimentos, e, em menor escala, pão e queijo, também foram empregues noutras atividades como a preparação de pigmentos ou de medicamentos. De forma a facilitar a moagem, realizada com auxílio de um pilão, as superfícies internas eram rugosas ou irregulares, por vezes com vários sulcos horizontais ou, como no caso deste almofariz, com pequenos elementos pétreos incrustados.

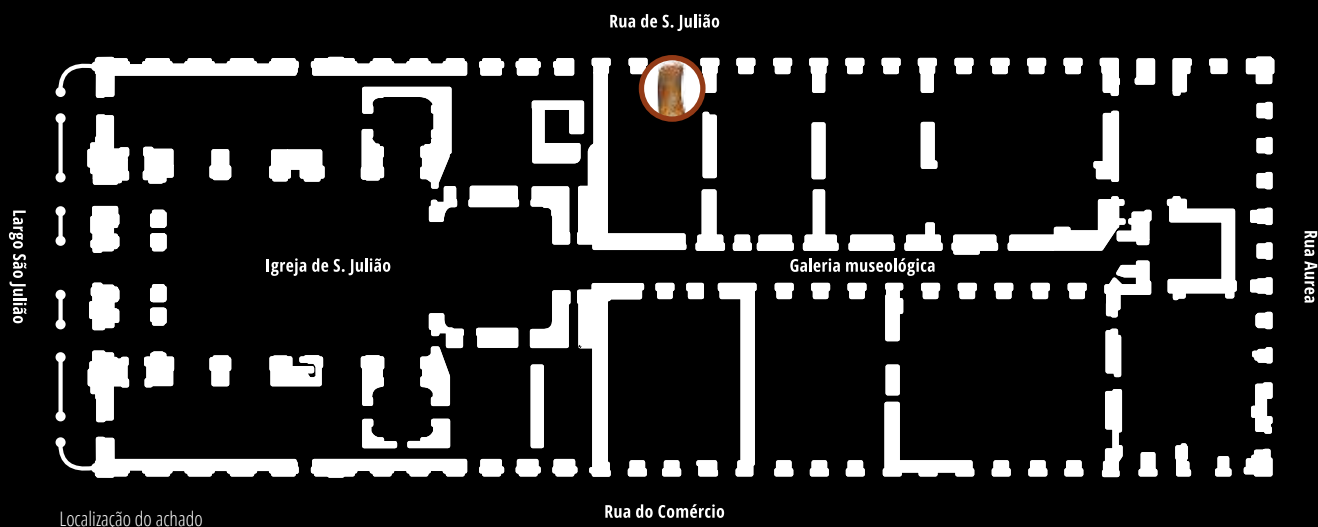
Esta forma específica de almofariz recebeu a denominação arqueológica de Dramont D2 por se encontrar abundantemente representada no naufrágio com o mesmo nome ocorrido ao largo da costa francesa.

A sua presença foi detetada numa grande parte do Império Romano em contextos dos primeiros séculos depois de Cristo, conhecendo-se exemplares de sítios tão distintos como a Croácia, Itália ou Espanha. A descoberta de marcas de oleiro é, contudo, uma situação menos habitual, contabilizando-se em Portugal menos de uma dezena de ocorrências até à data.

Os almofarizes em cerâmica eram designados por *mortaria fictilia*, diferenciando-se assim dos seus congéneres em pedra, como os *mortaria marmorea* – em mármore – ou *mortaria plumbea* ou *aerea* – exemplares de chumbo, cobre ou bronze. A sua popularidade na cozinha romana refletiu-se na literatura da época, na qual o melhor exemplo é *De re conquinaria*, um dos primeiros compêndios de culinária conhecidos, cuja autoria é atribuída a Marcus Gavius Apicius e que menciona a utilização dos almofarizes na preparação de várias receitas.



Reconstituições 3D | © Illusive



O achado

Esta peça foi recolhida nos níveis de aluvião do rio Tejo identificados na parte central do quarteirão do Edifício Sede do Banco de Portugal, a escassa distância da atual galeria museológica, perto dos 5 metros de profundidade. Estas camadas depositaram-se maioritariamente entre os séculos I a IV d. C., em época romana imperial, contendo muitos materiais associados à atividade marítima, incluindo importações de cerâmica como este almofariz.

Outras informações

A marca de oleiro presente na peça, *DIONYS(I) DOM LUCILI*, permite-nos conhecer o seu autor, um oleiro de nome Dionysius e a proprietária da oficina (figlina), Domitia Lucilla, herdeira dos *Domitii*, uma das linhagens de Roma Antiga que mais se destacou na produção de cerâmica de construção e produtos subsidiários como os almofarizes. Das várias oficinas desta família, situadas no vale do Tibre a Norte de Roma, saíra uma parte considerável dos ladrilhos utilizados em obras como as Termas ou o Mercado de Trajano.

O período de atividade deste Dionysius encontra-se testemunhado em alguns dos ladrilhos que assinou pois estes contêm a data do consulado em que foram produzidos. Um primeiro data de 123 d.C., consulado de Quintus Articuleius Paetinus e Lucius Venuleius Apronianus Octavius Priscus, e outro em 134 d.C., consulado de Lucius Iulius Ursus Servianus e de Titus Vibius Varus III, devendo a produção deste almofariz ter ocorrido nesse intervalo de tempo ou num momento próximo.

Por se tratar da mãe do imperador Marco Aurélio, Domitia Lucilla, a proprietária da *figlina*, é uma personagem historicamente bem conhecida, inclusivamente pelas referências que o imperador lhe faz em diversas cartas trocadas com o seu tutor.



Marca de oleiro | © Artur Rocha



Marca de Dionysius | HUBNER, E. (1885) – *Exempla scripturae epigraphicae Latinae a Caesaris dictatoris morte ad aetatem Iustiniani consilio et auctoritate Academiae litterarum regiae Borussicae. Berolini*, p. 440.

ANEXO IX

[Informação Museu: Roteiro]

Muralha

D. DINIS Wall

BOTÕES DE PUNHO

Origem indeterminada |
1.ª metade do séc. XIX | Porcelana/Cobre

- Par de botões de punho de cerâmica decorados com uma caravela.
- Estes botões estavam associados a um dos enterramentos na nave da Igreja. São dos poucos objetos de luxo recuperados que permitem distinguir o indivíduo sepultado.

FIGA

Origem indeterminada | Séc. XVIII-XIX | Marfim

- Pendente em forma de figa.
- Este tipo de objeto, já conhecido na Antiguidade Clássica, era originalmente um símbolo de carácter sexual. Ao longo do tempo, a sua simbologia evoluiu, passando a ser usado como amuleto contra o mau-olhado.

V RÉIS

Lisboa | 1764 | D. José I | Cobre

- Moeda que integra o espólio da Igreja de S. Julião, relacionando-se com a ocupação posterior ao terramoto. A construção da Igreja iniciou-se nos anos seguintes à sua cunhagem.

X RÉIS

Lisboa | 1799 | D. Maria | Cobre

- Moeda que integra o espólio da necrópole existente na Igreja de S. Julião

CONJUNTO DE ESTACAS

Lisboa | 2.ª metade do séc. XVIII | Pinho

- Elementos pertencentes à estrutura do edifício do Banco de Portugal.
- Estas estacas de pinho estavam cravadas verticalmente sob os alicerces do edifício e serviam para estabilizar o solo e as paredes. Todo o quarteirão assenta sobre estacas como estas, típicas das soluções arquitetónicas do período pombalino.

TAÇA

China | Séc. XVI-XVII | Porcelana

- Fundo de taça de porcelana com pé anelar e decoração azul e branca.
- Esta peça é um exemplo das produções de porcelana chinesas do século XVI-XVII, cuja importação para a Europa foi iniciada pelos Portugueses.
- Foi recolhida num contexto anterior ao terramoto de 1755, numa zona pertencente ao logradouro do antigo Paço Real da Ribeira.

AZULEJO

Sevilha | Séc. XVI | Cerâmica

- Azulejo com decoração geométrica policroma realizado com recurso à técnica de corda seca, tipicamente mudéjar, muito em voga nos inícios do séc. XVI.
- Supõe-se que tenha integrado uma das divisões do antigo Paço Real da Ribeira, que se estendia até à Muralha de D. Dinis.

PEÇA DE JOGO

Origem indeterminada | Séc. X-XIII | Cerâmica

- Disco de pequena dimensão que conserva vestígios de pintura (manganês) característica das cerâmicas islâmicas. Na Idade Média, este tipo de peças era usado em vários jogos de tabuleiro.

CABO DE FACA

Origem indeterminada | Séc. XIII | Madeira

- Cabo de madeira com pequeno fragmento metálico, que poderá ter sido um arranque de lâmina. A sua decoração é comum na arte islâmica, nomeadamente em exemplares de torres de roca do Sul peninsular.
- Esta peça foi encontrada no miolo da muralha, donde se deduz que terá sido utilizada antes de 1294.

TORRE

Origem indeterminada | Séc. X-XIII | Osso

- Fragmento de objeto em forma de torre decorada com motivos geométricos. O desaparecimento da base impede a identificação clara da sua natureza, que poderá ter sido uma peça de xadrez ou a extremidade de uma roca de fiação.

COPO

Origem local possivelmente | Séc. XIII-XIV | Cerâmica

- Fundo de copo do qual se conserva a base. De paredes muito finas, apresenta alguma rugosidade na superfície exterior.

TALHA

Origem local possivelmente | Séc. XII-XIII | Cerâmica

- Fragmento da parede de uma talha decorada com estampilhas, típica da época almóada, e com muitos paralelos no Sul do país.
- As talhas eram recipientes utilizados para armazenar alimentos.

CANDIL

Origem local possivelmente | Séc. XII-XVIII | Cerâmica



Peça de bordo trilobado apresentando vestígios de fogo na área do bico, o que demonstra o seu uso para iluminação.

Forma cerâmica de época almóada que sobreviveu em contextos mais recentes.

TAÇA CARENADA

Origem local possivelmente | Séc. XII-XIII | Cerâmica



Fragmento de taça com carena alta bem vincada. Esta forma, que no caso apresenta superfícies toscas, também ocorre com decoração pintada e vidrada.

Este recipiente era utilizado na confeção e no consumo de alimentos.

PANELA

Origem local possivelmente | Séc. XI-XIII | Cerâmica



Parte superior de panela, com decoração em bandas brancas, habitual em contextos islâmicos e medievais.

Este utensílio servia para executar as tarefas quotidianas na cozinha.

BICO DE CANDIL

Origem local possivelmente | Séc. XI-XII | Cerâmica



Bico de candil de paredes facetadas, tradicionalmente designado por "bico de pato". Esta forma de candil era muito difundida nos meios islâmicos do Sul peninsular.

Os candis, também designados por "lâmpadas", "candeias" ou "lamparinas", eram artefactos de iluminação, cujo combustível era o azeite.

CRÂNIO DE EQUÍDEO

Lusitânia | Séc. I-IV d. C. | Osso



Crânio de equídeo, possivelmente um macho, com cerca de 5 anos de idade.

PESO DE TEAR

Lusitânia | Séc. I-III d. C. | Cerâmica



Peça cerâmica constituinte de um tear vertical, utilizada como tensor de fios.

Este tipo de artefacto, já conhecido no mundo grego, é muito comum nos contextos romanos.

AGULHA

Lusitânia | Séc. I-III d. C. | Osso



Agulha em osso. Este tipo de objeto era usado em múltiplas funções como a costura, ou ainda como acessório para o cabelo.

TERRA SIGILLATA

Espanha | 2.ª metade do século I d. C. | Cerâmica



Fundo de prato com pé anelar onde se encontra marca estampilhada e um grafito representando um "X" e possivelmente um "R". As peças de terra sigillata eram comuns na época romana, sendo utilizadas em serviços de mesa.

ALMOFARIZ

Vale do Tibre (Itália) | 1.ª metade do séc. II d. C. | Cerâmica



Fragmento de bordo de almofariz, que apresenta uma estampilha com a legenda "DIONYS(I) DOM LUCILI", indicando uma produção do oleiro Dionysius das oficinas de Domitia Lucilla, a mãe do imperador Marco Aurélio.

Os almofarizes eram principalmente usados em preparações culinárias.

ÂNFORA

Mediterrâneo Oriental | Séc. I-II d. C. | Cerâmica



Bordo e arranque de asa de ânfora, oriunda da Cilícia (atual Turquia), de rara ocorrência em Portugal. A descoberta deste recipiente, usado para transporte de vinho e possivelmente de frutos, testemunha os contactos da cidade com o mundo mediterrânico.

DOLIUM

Lusitânia | Séc. I-III d. C. | Cerâmica



Fragmento de parede de dolium de grande dimensão com grafito "RO(...)" que poderá ser parte do nome do oleiro.

Estes recipientes, destinados a armazenagem de alimentos, eram por vezes enterrados parcialmente, ficando apenas a parte superior à vista.

ÂNFORA

Bética - Guadalquivir | Séc. I-III d. C. | Cerâmica



Fragmento de asa de ânfora produzida na bacia do Guadalquivir (Espanha). Conserva parte da marca de oleiro "SPERA(...)", que corresponderá a "SPERATVS". Esta marca é muito rara, conhecendo-se apenas outras duas ocorrências: uma na Croácia e outra no sudeste da França. Este recipiente era usado para transporte de azeite.

ANEXO X

[Informação Museu: Dar voz...]



MUSEU DO DINHEIRO
BANCO DE PORTUGAL

(<https://www.museudodinheiro.pt/destaques>)

Dar voz à água

INÍCIO ([HTTPS://WWW.MUSEUDODINHEIRO.PT/DESTAQUES](https://www.museudodinheiro.pt/destaques)) — MAIS MUSEU ([HTTPS://WWW.MUSEUDODINHEIRO.PT/MAISMUSEU](https://www.museudodinheiro.pt/maismuseu))

Dar voz à água

Programa cultural e educativo
junho a setembro 2018

Prepare-se para a viagem, é o repto do museu nesta temporada de Verão, que celebra a água enquanto elemento essencial da vida e em constante transformação.

Que lições retiramos das águas? Para responder à questão, pomos em diálogo obras da coleção da Fundação François Schneider (França), de artistas portugueses e outros documentos ou objetos que evidenciam a imprescindibilidade do elemento para o ecossistema e para a existência humana – não só do ponto de vista material, mas também simbólico.


Entendemos que “Dar voz à água” é sensibilizar os públicos para a importância deste recurso, para DAR VOZ À ÁGUA é sensibilizar os públicos para a importância deste recurso, para a sociedade e para o indivíduo.

A programação propõe por isso uma abordagem eclética que foca a água em termos históricos, estéticos, ecológicos, geopolíticos, espirituais... Através do debate, da reflexão, da pedagogia ou da contemplação, acreditamos que os conteúdos selecionados contribuirão

para o ganho de consciência sobre o valor da água no dia-a-dia do cidadão, da cidade, do planeta.

Este é o convite para que nos meses de calor não fique na margem, aproveite a corrente, venha mergulhar connosco.

Já estamos embarcados...

 [Descarregue aqui a programação Jun - Set 2018](https://www.museudodinheiro.pt/uploads/2018/06/agendadarvozaagua-junset2018.pdf)
(<https://www.museudodinheiro.pt/uploads/2018/06/agendadarvozaagua-junset2018.pdf>)

Veja também:

Descubra o património

Reabilitação da sede do Banco de Portugal distinguida com o Prémio Valmor

(<https://www.museudodinheiro.pt/maismuseu/16/reabilitacao-da-sede-do-banco-de-portugal-distinguida-com-o-premio-valmor>)

Visitas acessíveis - Tocar para Confiar

08 dez. - 14h30
entrada livre

(<https://www.museudodinheiro.pt/evento/10768/visitas-acessiveis-tocar-para-confiar>)

Há cinema no Museu: De onde vem o dinheiro?

17 nov. - 16h00

entrada livre

(<https://www.museudodinheiro.pt/evento/10759/ha-cinema-no-museu-de-onde-vem-o-dinheiro>)

Museu do Dinheiro © 2018 Todos os direitos reservados.



MUSEU DO DINHEIRO
BANCO DE PORTUGAL

(<https://www.museudodinheiro.pt/destaques>)

Dar voz à cidade

INÍCIO ([HTTPS://WWW.MUSEUDODINHEIRO.PT/DESTAQUES](https://www.museudodinheiro.pt/destaques)) — MAIS MUSEU ([HTTPS://WWW.MUSEUDODINHEIRO.PT/MAISMUSEU](https://www.museudodinheiro.pt/maismuseu))



Dar voz à cidade

Programa cultural e educativo
fevereiro a maio 2018

As idades da Cidade é o tema para o arranque de 2018. Foi escolhido a propósito da atribuição do Prémio Valmor e Municipal de Arquitetura ao quarteirão pombalino, sede do Banco de Portugal - o edifício que é a nossa casa. Um espaço único, porque incorpora registos das vidas da cidade, reunidos numa arquitetura que soube manter as suas cicatrizes e destacar as histórias que aqui se sucederam.

Lisboa, a mais notável cidade do iluminismo europeu, nem sempre foi assim. Já se imaginou a visitar o hipódromo romano do Rossio? A atravessar de barco a Baixa para chegar ao Tejo, a comprar produtos exóticos na Rua Nova dos Mercadores?

A passear na Lisboa moderna, com as suas ruas bem traçadas entre quarteirões à prova de “abalos de terra”?

Um ciclo de seminários vai mostrar-lhe a ocupação da Baixa nos períodos de celebração e turbulência. Nas visitas temáticas vamos convidá-lo a analisar a relação entre as cidades, a moeda e as trocas e nos filmes revelamos diferentes formas de estar e de viver em Lisboa.

Em abril e maio sopraremos as velas à Muralha e ao Museu. E é consigo que queremos comemorar, porque o Museu vive do seu “presente”, das vozes que enchem a nave e da curiosidade que move aqueles que nos visitam.

Veja aqui os **Próximos Eventos** ([../../proximos-eventos](https://www.museudodinheiro.pt/proximos-eventos)).

Descarregue aqui a programação Fev - Mai 2018

 (<https://www.museudodinheiro.pt/uploads/2018/02/darvozcidade-fevmaio-2018.PDF>)

Veja também:

Museu

Museu do Dinheiro

(<https://www.museudodinheiro.pt/museu/3/museu-do-dinheiro>)

As idades da cidade - Lisboa e o Estado Novo

24 nov. - 16h00

entrada livre

(<https://www.museudodinheiro.pt/evento/10760/as-idades-da-cidade-lisboa-e-o-estado-novo>)

Momoko

10 nov. - 16h00

entrada livre

(<https://www.museudodinheiro.pt/evento/10758/momoko>)

Museu do Dinheiro © 2018 Todos os direitos reservados.



MUSEU DO DINHEIRO
BANCO DE PORTUGAL

(<https://www.museudodinheiro.pt/destaques>)

Dar voz à confiança

INÍCIO ([HTTPS://WWW.MUSEUDODINHEIRO.PT/DESTAQUES](https://www.museudodinheiro.pt/destaques)) — MAIS MUSEU ([HTTPS://WWW.MUSEUDODINHEIRO.PT/MAISMUSEU](https://www.museudodinheiro.pt/maismuseu))



Dar voz à confiança

Programa cultural e educativo
out 2018 a jan 2019

O dinheiro não tem valor se não acreditarmos na sua genuinidade. Foi com este pressuposto que desenvolvemos a exposição desta temporada.

Sob a égide da confiança preparámos também oficinas, espetáculos, workshops, e um ciclo de documentários que questionam o impacto das decisões das instituições financeiras nas vidas dos cidadãos.

Se quiser visitar o Museu na companhia de crianças, há espetáculos imperdíveis num ciclo chamado Ver para Crer – que reflete sobre a importância de confiar para estabelecer relações fortes com o que nos rodeia, seja realidade ou ficção.

Os seminários seguem o roteiro que em 2018 nos permitiu ficar a conhecer melhor As idades da cidade. Agora, já em pleno século XX, revisitaremos os lugares que marcam a capital desde a instauração da república até à imaginária Lisboa do futuro.

Se o seu foco são as visitas temáticas, o Museu tem também muito para oferecer, seja para vir em grupo e explorar a vertente educativa ou para



Descarregue aqui a programação Out18 a Jan19

(<https://www.museudodinheiro.pt/uploads/2018/10/agenda-dar-voz-a-confianca-out18-a-jan19.pdf>)

Veja também:

Descubra o património

Muralha D. Dinis

(<https://www.museudodinheiro.pt/patrimonio/2/muralha-d-dinis>)

Há cinema no Museu: De onde vem o dinheiro? III

15 dez. - 16h00

entrada livre

(<https://www.museudodinheiro.pt/evento/10763/ha-cinema-no-museu-de-onde-vem-o-dinheiro-iii>)

As idades da cidade - Lisboa e o Estado Novo

24 nov. - 16h00

entrada livre

(<https://www.museudodinheiro.pt/evento/10760/as-idades-da-cidade-lisboa-e-o-estado-novo>)

Museu do Dinheiro © 2018 Todos os direitos reservados.

ANEXO XI

[Informação Museu: Prémios]



MUSEU DO DINHEIRO
BANCO DE PORTUGAL

(<https://www.museudodinheiro.pt/destaques>)

Museu do Dinheiro é reconhecido como “Melhor Museu do Ano 2017” pela Associação Portuguesa de Museologia

INÍCIO ([HTTPS://WWW.MUSEUDODINHEIRO.PT/DESTAQUES](https://www.museudodinheiro.pt/destaques)) — MAIS MUSEU ([HTTPS://WWW.MUSEUDODINHEIRO.PT/MAISMUSEU](https://www.museudodinheiro.pt/maismuseu))



A Associação Portuguesa de Museologia (APOM), no dia 9 de junho, distinguiu o Museu do Dinheiro do Banco de Portugal como “Melhor Museu do Ano 2017”.

Numa cerimónia que decorreu no Museu Nacional Soares dos Reis, no Porto, o Museu do Dinheiro viu reconhecido o trabalho desenvolvido ao longo do seu primeiro ano de abertura, não só a nível de projeto expositivo, como de programação e atividades culturais.

Nas palavras do Governador do Banco de Portugal, Carlos da Silva Costa, "O Museu do Dinheiro é um projeto chave na abertura do Banco à sociedade e a atribuição deste importante prémio a nível nacional enche-nos de orgulho. Mas traz-nos também responsabilidades acrescidas, de manter a diversidade e qualidade da programação, assim como continuar a apostar na promoção do conhecimento, contribuindo para uma sociedade mais bem informada sobre as questões económicas e financeiras. Estamos apenas no início."

Para além do prémio "Melhor Museu do Ano", o Museu do Dinheiro foi ainda galardoado com uma menção honrosa na categoria de melhor website.

Os prémios da APOM destinam-se a reconhecer os agentes e instituições de museologia portuguesa cujo trabalho se distinguiu ao longo do ano. São distribuídos por diversas categorias e têm como objetivo incentivar e premiar a imaginação e a criatividade dos museólogos portugueses, reconhecendo o seu contributo efetivo na melhoria da qualidade dos museus em Portugal, sendo também uma forma de dar visibilidade ao que de melhor se faz no âmbito da museologia no país.

Estes prémios são atribuídos anualmente pela APOM e a edição deste ano acolheu 132 candidaturas a nível nacional.

A APOM

A Associação Portuguesa de Museologia foi a primeira organização profissional ligada aos museus fundada em Portugal, em 1965, com o objetivo de servir a comunidade de profissionais de museus portugueses.

Para mais detalhes sobre a APOM, o prémio atribuído e os restantes Museus distinguidos poderá consultar: <https://apmuseologia.org/>

Veja também:

Descubra o património

Parabéns ao Museu do Dinheiro!

(<https://www.museudodinheiro.pt/maismuseu/13/parabens-ao-museu-do-dinheiro>)

Há cinema no Museu: De onde vem o dinheiro?

17 nov. - 16h00

entrada livre

(<https://www.museudodinheiro.pt/evento/10759/ha-cinema-no-museu-de-onde-vem-o-dinheiro>)

As idades da cidade - Lisboa e o Estado Novo

24 nov. - 16h00

entrada livre

(<https://www.museudodinheiro.pt/evento/10760/as-idades-da-cidade-lisboa-e-o-estado-novo>)



MUSEU DO DINHEIRO
BANCO DE PORTUGAL

(<https://www.museudodinheiro.pt/destaques>)

Prémio Acesso Cultura distingue Museu do Dinheiro pela acessibilidade integrada

INÍCIO ([HTTPS://WWW.MUSEUDODINHEIRO.PT/DESTAQUES](https://www.museudodinheiro.pt/destaques)) — MAIS MUSEU ([HTTPS://WWW.MUSEUDODINHEIRO.PT/MAISMUSEU](https://www.museudodinheiro.pt/maismuseu))



O Museu do Dinheiro foi reconhecido pela Acesso Cultura com o prémio Acessibilidade Integrada 2017.

O Museu do Dinheiro foi distinguido na categoria de “Acessibilidade Integrada”, o que inclui as três categorias que são premiadas por esta associação: acessibilidade física, social e intelectual.

Para o júri do prémio, o Museu do Dinheiro mereceu este prémio por se tratar de “um projeto que assume desde a sua conceção, museografia e relação com os públicos um compromisso maior com a acessibilidade, trabalhando-a de forma integrada e inclusiva. Nesse sentido, assente numa visão holística e integradora, o premiado na sua prática museológica diária assume um compromisso com as pessoas através da realização de ações que promovem uma acessibilidade integrada.”

Os prémios da Acesso Cultura, entregues numa cerimónia que teve lugar no dia 21 de junho, na Biblioteca de Marvila em Lisboa, existem desde 2015, e tiveram este ano o maior número de candidaturas desde o seu início.

Com a atribuição destes prémios a Acesso Cultura pretende distinguir, divulgar e promover entidades (privadas, públicas, cooperativas, associações e outras) e projetos que se diferenciam pelo desenvolvimento de políticas exemplares e de boas práticas na promoção da melhoria das condições de acesso – nomeadamente físico, social e intelectual – aos espaços culturais e à oferta cultural, em Portugal. Pretende ainda criar exigência junto dos públicos, com vista à melhoria da acessibilidade, assumida como um todo.

O Museu do Dinheiro, que foi inaugurado em abril de 2016, tinha já este ano sido finalista do prémio “Museu Europeu do Ano 2017” do European Museum Forum e reconhecido como o “Melhor Museu do Ano 2017” pela Associação Portuguesa de Museologia.

Veja também:

Descubra o património

Muralha D. Dinis

(<https://www.museudodinheiro.pt/patrimonio/2/muralha-d-dinis>)

Momoko

10 nov. - 16h00

entrada livre

(<https://www.museudodinheiro.pt/evento/10758/momoko>)

Visitas acessíveis - Tocar para Confiar

08 dez. - 14h30

entrada livre

(<https://www.museudodinheiro.pt/evento/10768/visitas-acessiveis-tocar-para-confiar>)

Museu do Dinheiro © 2018 Todos os direitos reservados.

ANEXO XII

[Informação Museu: Programas]



MUSEU DO DINHEIRO
BANCO DE PORTUGAL

(<https://www.museudodinheiro.pt/destaques>)

Museu na Mouraria

INÍCIO ([HTTPS://WWW.MUSEUDODINHEIRO.PT/DESTAQUES](https://www.museudodinheiro.pt/destaques)) — MAIS MUSEU ([HTTPS://WWW.MUSEUDODINHEIRO.PT/MAISMUSEU](https://www.museudodinheiro.pt/maismuseu))



O Museu do Dinheiro e a Associação Renovar a Mouraria promoveram, entre fevereiro e outubro de 2017, um projeto destinado a crianças e jovens dos 6 aos 18 anos, que traçou uma viagem pela história do dinheiro, mas também pela cidade de Lisboa.

Instrumento de troca direta ou indireta, meio de pagamento, reserva de valor, causa de felicidade e de ansiedade, podemos dizer muitas coisas sobre o dinheiro, mas neste projeto demos espaço a um outro entendimento, poucas vezes considerado: o dinheiro como instrumento de mediação no seio de uma comunidade. E esta abordagem conduziu-nos a muitas aprendizagens e conquista mútuas.

Neste projeto, que se desenvolveu ao longo de doze sessões, tivemos a oportunidade de explorar com os participantes diversas temáticas:

- (Afinal) o que é o dinheiro? Desde quando existe dinheiro? Que dinheiro já se usou? Que dinheiro usamos hoje em dia? E como o usamos? Para que serve, na vida de cada um?

- Quais as funções do dinheiro? O que é uma convenção?
- O que é uma comunidade? Como se formam as comunidades? As comunidades são sempre iguais ou transformam-se? Será que o dinheiro tem um papel dentro de uma comunidade? Pode mediar uma comunidade? Será que o dinheiro (notas e moedas) podem ser o símbolo de uma comunidade?
- O que é o dinheiro para mim? Trocaria o meu objeto favorito por dinheiro? O que compraria com dinheiro? O que é uma poupança? É importante?

Para perseguir estas e outras perguntas procurámos transformar as aprendizagens em crescimento efetivo, recorrendo à experimentação plástica e criativa, num trabalho multidisciplinar que reuniu uma artista visual, a equipa do serviço educativo do Museu do Dinheiro e os mediadores culturais e sociais da Associação Renovar a Mouraria.

Ao longo das doze sessões procurámos desenvolver diversas atividades e jogos que estimulassem a aprendizagem e a partilha de conhecimento entre todos. Neste primeiro projeto fora de portas do Museu do Dinheiro foi indispensável a disponibilidade de todos os participantes envolvidos.

Foi um projeto em permanente construção em que também houve tempo e lugar para nos conhecermos e para descobrir o que nos identifica e aproxima. Uma experiência enriquecedora para todos os participantes!

Veja também:

Descubra o património

Antiga Igreja de S. Julião

(<https://www.museudodinheiro.pt/patrimonio/1/antiga-igreja-de-s-juliao>)

Há cinema no Museu: De onde vem o dinheiro?

ANEXO XIII

[Avaliação: Questionário de Visita de Grupos]



MUSEU DO DINHEIRO

BANCO DE PORTUGAL

Questionário visita de grupos

Avaliação da visita ao Museu do Dinheiro / Núcleo de Interpretação da Muralha de D. Dinis – Banco de Portugal

Agradecemos antecipadamente que nos ceda alguns minutos para responder a este questionário. As respostas permitirão compreender melhor a experiência de quem visita o Museu e/ou Muralha e melhorar os serviços prestados. Leia as opções e assinale a caixa que considera mais adequada 1 mínimo / 5 máximo.

	1 (min.)	2	3	4	5 (máx.)
Exposição / Envolvente Museu					
1. Arquitetura do espaço	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Qualidade do atendimento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Orientação e acessibilidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Qualidade da informação prestada (folhetos, textos de museografia, apoio de sala)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Conforto e limpeza das instalações	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Qualidade da programação educativa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Visita					
1. Pertinência dos conteúdos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Aquisição de novos conhecimentos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Desempenho global do educador	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Adequação da linguagem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Duração da atividade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Espaço e recursos educativos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1. Nome da entidade / grupo _____

2. Nome da atividade _____

3. Como tomou conhecimento do Museu do Dinheiro / Núcleo de Interpretação da Muralha de D. Dinis?

- ☐ Comunicação social
 ☐ Divulgação na fachada do edifício

☐ Família / amigos
 ☐ Internet

☐ Site institucional
 ☐ Publicidade

☐ Outro

4. O que motivou o grupo a visitar o Museu do Dinheiro / Núcleo de Interpretação da Muralha de D. Dinis?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Curiosidade / conhecimento do espaço | <input type="checkbox"/> Interesse pelo património cultural |
| <input type="checkbox"/> Aprendizagem | <input type="checkbox"/> Lazer |
| <input type="checkbox"/> Iniciativa social | <input type="checkbox"/> Programa curricular |

5. Pretende regressar ao Museu do Dinheiro / Núcleo de Interpretação da Muralha de D. Dinis?

- ☐ Sim ☐ Não

6. Recomendaria a visita ao Museu do Dinheiro / Núcleo de Interpretação da Muralha de D. Dinis?

- ☐ Sim ☐ Não

Gostaria de deixar um comentário ou sugestão? _____

[illegible]

Obrigado pela colaboração!

APÊNDICE I

[Guião de Entrevista à Coordenação do Museu do Dinheiro]

Perguntas do Questionário aos Profissionais do Museu do Dinheiro

1 – Na equipa do Museu do Dinheiro, qual a sua função e os seus respetivos objetivos?

2 – Como pensa a instituição museu, hoje em dia, ou seja, quais devem ser as suas principais funções?

3 – Qual a sua opinião, de acordo com a sua experiência, sobre o Museu se caracterizar por uma museografia com multimédia interativa?

4 - Na sua função, qual a sua relação com esta museografia recorrente a multimédia interativa?

4.1 - Se este contato ou trabalho existe, quais as vantagens / desvantagens e estratégias que adota?

5 - Quais eram as suas expetativas na relação dos visitantes do Museu com os dispositivos de multimédia interativa?

6 – Se tem conhecimento, estas expetativas confirmaram-se? Se sim ou não, porquê?

7 – De seu conhecimento, qual tem sido o papel dos mediadores, no Museu do Dinheiro (como representante deste novo paradigma de museu tecnológico – interativo)?

8 – Acredita que a tecnologia interativa pode substituir os mediadores? Ou os mediadores podem substituir a tecnologia?

APÊNDICE II

[Entrevista transcrita de Sara Barriga, Coordenadora da Programação e Coleções do Museu do Dinheiro]

Entrevista transcrita de Sara Barriga, Coordenadora da Unidade de Museu - Programação e Coleções

1 – Na equipa do Museu do Dinheiro, qual a sua função e os seus respetivos objetivos?

O meu nome é Sara Barriga, faço parte dos quadros do Banco de Portugal e fui chamada pelo BdP justamente para acompanhar toda a instalação do projeto, durante a fase arquitetónica, depois museográfica e componente científica dos conteúdos, com o foco sempre muito específico não só nas questões de conservação e qualidade de exposição, mas nas questões de acessibilidade e nas questões de conteúdo. Como se faz chegar este conteúdo às pessoas? Tomo sempre este papel para mim, de advogado dos públicos, de provedor dos públicos. Para além disso a Unidade que estou a coordenar, neste momento, está relacionada com a programação cultural e educativa, mas também com a gestão das coleções e com a componente de comunicação do Museu. Já trabalho no Banco de Portugal, neste projeto, vai fazer, em setembro, 8 anos. A primeira fase foi de 2011 até 2013, estivemos a trabalhar mais a nível de conteúdos, depois, de 2013 a 2016, de uma forma muito assertiva na instalação da coleção e da museografia, e a partir de 2016, na gestão da equipa do Museu e também do projeto museográfico e museológico.

2 – Como pensa a instituição museu, hoje em dia, ou seja, quais devem ser as suas principais funções?

Eu vejo o museu como uma instituição que tem um papel muito ativo dentro da sociedade e das comunidades onde se insere, e vejo como uma grande complementaridade outras instituições que têm como propósito a relação do cidadão, o esclarecimento do cidadão e o bem-estar do cidadão. Portanto, vejo como tendo uma missão pública e, dentro dessa missão pública, uma missão educativa e cultural, e por isso, para mim, é um espaço de cidadania, um espaço de conhecimento, de cultura e de lazer, de uma forma muito lata. Depois, há outras componentes mais específicas na área de gestão de museus que são fundamentais. Uma delas é a preservação do património, a sua classificação e, depois, por outro lado, este dever permanente de investigação e de produção de conhecimento, quer seja através dos seus próprios recursos, quer seja angariando recursos através de parceiros, criando parcerias, que dinamizam a coleção para o bem social e para o bem da comunidade.

3 – Qual a sua opinião, de acordo com a sua experiência, sobre o Museu se caracterizar por uma museografia com multimédia interativa?

O projeto vencedor da componente museográfica do Museu do Dinheiro estabelecia-se como um projeto diferenciado de todos os outros em concurso porque tinha esta componente de interação que, na altura, até podemos dizer que era um pouco visionária, dado que em Portugal, as experiências de interação multimédia ainda eram muito embrionárias ou baseavam-se em sistemas de ação - reação muito simples. Nesse sentido, desde logo, houve esta abertura a uma visão muito criativa, de como podemos integrar todo o conhecimento que temos das novas tecnologias e todas as possibilidades que elas nos dão, para ampliar a relação que as pessoas podem ter com esta coleção. Por isso, pareceu-me muito bem, aliás na altura falava-se muito do *gaming*, que não existia nos museus, e pensámos que este museu tinha que ser visto assim, com sentido lúdico, de jogo, de descoberta, mas usando a tecnologia a favor dessa nossa visão, ou seja, não é a tecnologia que determina a forma como nós apresentamos a coleção, são sempre princípios museográficos que se vão servir daquilo que está à nossa disposição, no século XXI, para fazer melhor. Se nós temos um pressuposto de missão que é a descoberta do conhecimento, então estas ferramentas vão ajudar-nos muito mais na descoberta.

Ou seja, a ideia não era só que o museu fosse uma representação de um Banco de Portugal mais aberto à sociedade e contemporâneo, de passar uma mensagem de inovação, mas porque acreditaram profundamente que era uma forma eficaz de apresentar a coleção e de se relacionar com os públicos?

Sim, porque esta coleção era uma coleção muito difícil, em primeiro lugar, e porque já tínhamos uma experiência, de 10 anos, de um museu no sentido mais clássico do termo, portanto, aquilo que esta equipa que escolheu o projeto (eu ainda não estava cá nessa altura) sabia que não queria um museu como o outro, mas em grande escala, queria algo que fosse mesmo de rutura, que se aproximasse muito mais daquilo que eram os museus que estavam a surgir com muita evidência, que eram os museus de ciência viva, onde já se começavam a usar essas dinâmicas de interação, onde a tecnologia servia para mostrar o conteúdo. Também começaram a surgir muitos *visitors centres* que já não tinham coleção, eram museus desmaterializados, tinham só o conhecimento que era dado... porque não fazer isto com o Museu do Dinheiro? Este foi um pressuposto entre muitos outros que se enunciaram no

Caderno de Encargos, o que aconteceu é que o BdP, ao ser confrontado com esta proposta, teve a vontade e a ousadia de a seguir. Acho que o BdP na altura sabia o que não queria e sabia que este museu ia ter um orçamento que lhes permitia investir naquilo que seria o *state of the art* dos museus. A maioria das propostas eram mais clássicas e esta era uma proposta de rutura, o que é extraordinário, dado o contexto do BdP, pois é uma instituição muito clássica, portanto ter escolhido por unanimidade, foi uma surpresa. Nunca tive dúvida de que era o caminho certo. Foi muito mais difícil de concretizar, e também em relação aos projetos de museografia mais multimédia consegue ser bem concretizado, porque existem meios de manutenção que provavelmente noutros contextos não existem! É um museu que está permanentemente a verificar os seus dispositivos. Agora, existe um outro lado destas museografias que são um risco, que é tornarem-se obsoletas com toda a dinâmica e a evolução tecnológica. Estes museus não podem ser museus fechados, têm que ser museus permanentemente capazes de manter e atualizar. Mas esta solução também foi pensada a esse nível, porque o que temos não se desatualiza tão rapidamente.

Portanto, respondendo em concreto, acho que foi a melhor opção, foi a opção vencedora para entusiasmar os públicos e os resultados comprovam exatamente isso. É um fator muito relevante para o sucesso do museu.

4 - Na sua função, qual a sua relação com esta museografia recorrente a multimédia interativa?

4.1 - Se este contato ou trabalho existe, quais as vantagens / desvantagens e estratégias que adota?

A primeira fase foi olhar sempre para esta museografia da interação e pensar de que forma é que ela é inclusiva e acessível, de que forma é que as pessoas que não estão habituadas a ter um papel ativo no museu, mas sim um papel mais passivo, se vão relacionar com ela; se em termos físicos dos equipamentos e a nível do seu software, todas as pessoas vão poder e saber usá-las. Essa foi a primeira parte do meu trabalho relativamente aos interativos: “sim, boa estratégia mas vamos fazê-la para que os públicos a entendam”. Depois, foi o de recrutar uma equipa que não fizesse só a mediação clássica no sentido das visitas, mas que pudesse estar junto dos interativos em permanência para ensinar como se usam e isso foi muito importante! Depois, houve um papel de observação, registo de todos os problemas que

estavam a existir por incapacidade ou desconhecimento dos públicos de se relacionar, ou erro das plataformas / problemas dos dispositivos. Aí, entrámos numa reformulação dos interativos, houve alguns objetos e interações que foram reformuladas depois de observarmos *in situ* que aquilo não funcionava.

Enquanto mediadora, eu penso que a máquina dá-nos uma outra voz dentro da mediação, isso é muito interessante, ou seja, a visita deixa de ser “monocórdica” e passa a ser muito mais plural, porque ao interagirmos com a máquina, ela vai-nos dando respostas e permite que as pessoas coloquem outras perguntas, ela é uma espécie de desbloqueador de conversas, que é muito importante na mediação.

5 - Quais eram as suas expetativas na relação dos visitantes do Museu com os dispositivos de multimédia interativa?

Só posso dizer que foi melhor do que esperávamos. Achávamos que ia resultar bem e confirmámos.

6 – Se tem conhecimento, estas expetativas confirmaram-se? Se sim ou não, porquê?

Sobretudo o que nos surpreendeu, não foi o sucesso com as crianças e as famílias, tínhamos algum preconceito em relação aos séniores, achámos que iam ter mais dificuldade em libertar-se, em relacionar-se ou compreender a interação e isso foi a grande surpresa. Também constatámos outras coisas: o pressuposto de que este museu é um museu diferente dos outros fez com que as pessoas quisessem interagir com dispositivos que não tinham interação, portanto acharam que todo o museu era interativo, que se tocassem em qualquer parede iam ter reações, isto também foi uma surpresa. No cômputo geral, foi, de facto, muito positivo e surpreendente.

7 – De seu conhecimento, qual tem sido o papel dos mediadores educativos, no Museu do Dinheiro (como representante deste novo paradigma de museu tecnológico – interativo)?

Eu acho que os mediadores têm que assumir a identidade do museu, essa identidade mais tecnológica, de descoberta e de interação. Têm que usar sempre estes interativos a favor do estabelecimento da relação com os seus públicos, como um recurso que está à sua disposição e é extraordinário, é único, é singular, para conseguir entusiasmar o público no conhecimento! Isto não é um livro, não é uma *app*, não é qualquer coisa que possa aceder

em casa, só existe aqui, neste momento, neste espaço, com esta pessoa, portanto, os mediadores têm que trazer para o seu discurso, no sentido global, voz, corpo, relação, fazendo sempre com que a máquina nos ajude a ir mais longe. Diria que a experiência deste museu seria mais curta se não tivesse estes dispositivos, mas também tenho consciência que não são todos os mediadores que sabem, querem ou se sentem à vontade com estes dispositivos, mas também sei que na sociedade em que vivemos, negar é estupidez, só temos que usar a máquina em favor da nossa evolução, que essas máquinas sejam os “melhores amigos” dos mediadores.

8 – Acredita que a tecnologia interativa pode substituir os mediadores? Ou os mediadores podem substituir a tecnologia?

Acho que essa é uma questão importante e muito pertinente na primeira década do séc. XXI, porque havia muito pouca experiência e as experiências eram insípidas... que até podiam levar à resposta “velho do Restelo: isso não acrescenta nada!”, com a experiência do Museu do Dinheiro é diferente, também porque já passámos alguns anos dentro deste paradigma tecnológico dos museus e para mim só existe uma resposta, têm que existir em uníssono. Como agora existe a inteligência artificial, como um robot, seria desmotivador... se calhar, iríamos verificar provavelmente que as primeiras experiências seriam entusiasmantes, mas as restantes já não, a menos que houvesse um grande investimento. Mas, o que os robots fazem é simular um humano, a mediação, porque nas relações intrapessoais e interpessoais, nós, humanos, procuramos humanos, não substituí-los! Depois, existe outra questão que é, na ausência de mediação humana, o visitante pode, por própria iniciativa, tentar descobrir. Também tenho que acrescentar, não são todas as coleções que beneficiam como esta! Esta resposta é válida neste contexto, neste museu.

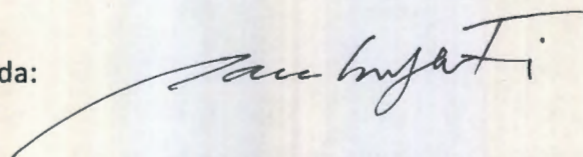
Autorização de registo e de utilização de fonte oral

Sara Barriga declara que tomou parte voluntariamente numa entrevista sobre mediação cultural, efetuada e conduzida por Daniela Viela, no âmbito de trabalho académico “Mediações Culturais: da pessoa ao virtual no Museu do Dinheiro”, da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, finalizada em novembro 2018.

Sara Barriga autoriza que a gravação e a transcrição de conteúdo da entrevista, devidamente citados, sejam usados como fonte para o trabalho académico supra identificado e exclusivamente para esse fim.

Data da entrevista: 19/07/2018

Assinatura da entrevistada:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sara Barriga', written in a cursive style.

APÊNDICE III

[Entrevista transcrita de Rita Canavarro, Coordenadora de Produção do Museu do Dinheiro]

Entrevista transcrita de Rita Canavarro, Coordenadora de Produção do Museu do Dinheiro

1 – Na equipa do Museu do Dinheiro, qual a sua função e os seus respetivos objetivos?

Sou uma das técnicas da equipa da área do Museu do Dinheiro do Banco de Portugal, as funções são muito diversas, como acontece eu acho na maioria dos museus, às vezes é difícil fazer categorias estanques, mas eu trabalho essencialmente com a área da programação, produção, mediação e operacionalização de um programa cultural e educativo, que trabalha a partir das coleções do museu e dos temas que este museu trata de um modo muito lato, desde as peças, os objetos físicos, às ideias, às memórias. Portanto a minha área é sempre esta área da mediação e da comunicação, seja qual foi a tarefa, é sempre isso que está por trás..

Eu vim para o museu quando houve a primeira abertura de portas do museu à sociedade, quando o museu ia organizar uma grande exposição de arte contemporânea, ainda antes da instalação da coleção nas salas, utilizou-se o espaço que já estava pronto arquitetonicamente, e eu vim justamente para auxiliar a equipa que cá estava, que era reduzida, nessa tarefa. Nessa mesma altura, também ia abrir o primeiro espaço permanente de visita, que era o Núcleo de Interpretação da Muralha de D. Dinis. E portanto, mais uma vez, esta abertura de portas ao público e convidar o público a entrar justifica a minha entrada no museu, por isso só faz sentido falar daquilo que eu faço em função deste encontro permanente com os públicos

2 – Como pensa a instituição museu, hoje em dia, ou seja, quais devem ser as suas principais funções?

As duas questões parece que estão elencadas porque se calhar em função do teu perfil no trabalho de uma instituição tu vês mais o despontar de uma função ou de outra. Gosto de dizer que aquilo que eu tenho como visão mais agregadora, que me lança no pensar esta questão de como vejo os museus e para que eles servem...eu acredito profundamente no poder transformador da cultura e a cultura aqui pode ser materializada nos museus como pode ser materializada noutras formas de cultura, e até porque o meu percurso já passou nas artes performativas e as artes, (enfim em sentido mais estrito), por isso eu acredito nesse poder transformador e enriquecedor das pessoas, o que significa que eu vejo os museus mesmo com potencial para melhorar sociedades, desse ponto de vista, é impossível dizer outra coisa que não seja que a função mais importante é esta função de interpretação, de comunicação e de mediação do património, ou seja, é impossível descurar e negligenciar a conservação do património, função tradicional, primordial dos museus mas eu acredito que essa conservação só é melhorada e só é efetivamente ativada e só se justifica um grande investimento nessa conservação quando o património pode ser utilizado ao serviço das pessoas e para as pessoas.

E desse ponto de vista, o estar a conservar para estar fechado numa sala, a pensar nas gerações futuras, claro que sim, mas se as gerações não têm acesso e conhecimento hoje.... e o dar acesso não significa que tenha que sair de um sítio onde está bem protegido e preservado (porque efetivamente esta preservação física é importante), mas é esse um lado dessa preservação que é um instrumento para que esse património se torne mais útil, e para cumprir uma função de apresentação, interpretação e mediação do património. Eu costumo referir, em cursos que dou, Stephen Weil, que orienta muito no “porque faço o que faço todos os dias”, e explica que os museus deixaram de ser sobre coisas, e passaram a ser para pessoas, e essa mudança de paradigma, essa viragem, mas não tem de ser de rutura, é um passo em frente, uma mudança de posição, é onde me vejo e onde vejo o grande potencial e pertinência dos museus. É uma noção de serviço público.

Já agora aproveito para perguntar, não temos aqui no museu um chamado “serviço educativo”?

Não, não tens nada à parte, e não tens porque a constituição desta equipa é feita de pessoas que olham para tudo o que fazem nesta perspetiva de mediação, ou seja, por exemplo, fazer uma nova exposição temporária, é uma forma de dar um outro olhar interpretativo, uma outra porta de entrada, sobre os conteúdos e conhecimentos que se tratam neste museu, por isso chamamos de programação cultural e educativa porque para facilidade de expressão para o público, porque não vamos também ter ilusão de que os nomes não têm um lastro e vida própria, e serviço educativo é confundido muitas vezes só com as visitas ou oficinas para escolas, e por isso gostamos de lhe chamar programa cultural e educativo porque permite ter outros formatos, outras formas de viveres, entenderes, encantares, por estes conteúdos, seja por via de um ciclo de cinema, peça de teatro, um debate ou um seminário. Daí não termos isolado essa noção de “serviço educativo”, porque se nós fomos ver, o trabalho que fazemos aqui, tirando provavelmente o trabalho dos dois numismatas conservadores da coleção, é um trabalho sempre na ótica da mediação, é um servir e dialogar com os públicos, toda a gestão de frente de casa está ao serviço deste servir os públicos.

E falou de Frente de Casa, seria este o chamado “serviço educativo”?

Não. Quando falo de frente de casa falo de tarefas mais logísticas, uma gestão de agenda, de escalas, de serviço, de gestão dos materiais e recursos que usamos nas atividades, uma questão também de bem servir os públicos, de atendimento, práticas concretas... mas lá está, quando entro nestas questões do contato com os públicos na receção, já estou a cuidar dos públicos.

Então o “serviço educativo” faz parte da Programação...

Sim, é uma coisa imanente e temos a sorte de poder ser a mesma equipa que escolhe, por exemplo, as exposições temporárias, por isso escolhemos em função daquilo que achamos que são pontos fortes da coleção e que não podem estar expostos em permanência, ou não há espaço para tudo em termos muito práticos, e saem para estarem em contato com o público, mas porque também consideramos serem temas interessantes nesse ponto de vista formativo dos públicos, sem qualquer entendimento paternalista.

Por mais que falemos disso, referindo até o conceito de “museu híbrido”, mais transversal, imagina-se sempre um organograma, onde normalmente está localizado o “serviço educativo”, que faz parte de... e isso não existe aqui...

Exato. Temos duas unidades, cuja separação é artificial: a Unidade de Programação e Coleções e a Unidade de Produção. É uma unidade que pensa a programação e a outra que a põe em prática, e não existiria uma sem a outra, mas está relacionado com a vida das instituições. Agora, o nome “serviço educativo” facilita e é de, qualquer forma, sempre utilizado por nós. Em Portugal, existem “serviços de animação” e outros nomes... Um ótimo nome, mas que em português acho que não resulta, seriam os “serviços de aprendizagem” como os “learning services” ou os “interpretation services” mas esta noção de interpretação é muito mais lata... Lá está, em cada língua as palavras têm um peso e plasticidade diferentes.

Agora, independentemente da estrutura, no meu trabalho defendo o conceito de “mediação”... Independentemente de tudo o que falámos, concorda com o conceito de “mediação”?

Sim, concordo, acho que é das melhores palavras, é como usam os franceses “médiation culturelle”, em inglês não resulta tão bem, eles falam em “museum education”. Eu uso as duas palavras, um dia digo “educador”, outro dia digo “mediador”, mas tento nunca dizer “monitor”, é uma palavra que se poderá usar por “bengala”, para nos fazermos entender melhor em determinados contextos, de resto, acho mesmo que é uma palavra que não diz nada.

Como a chamada “visita guiada” que passou a ser mais designada “visita orientada”...

Exato. Ultimamente até tenho estado a usar mais a designação de “visita-percurso”, que se distingue da ideia da visita-jogo, visita-oficina, até a nossa “visita típica”, passei a chamar-lhe visita-percurso porque penso que traduz mais uma estratégia baseada no diálogo, no fazer...

3 – Qual a sua opinião, de acordo com a sua experiência, sobre o Museu se caracterizar por uma museografia com multimédia interativa?

Apoio e há motivos muito simples e estes são dois: por um lado, a coleção numismática é um tipo de património difícil de dar a ver, são objetos pequenos, e se eu quiser ativar o seu potencial comunicativo com o visitante, principalmente com grupos, e os multimédia permitem aumentar e diversificar as formas de apresentação; por outro lado, acho que este movimento tecnológico é inescapável, mas é um investimento e decisão difíceis porque a tecnologia pode ficar obsoleta e os museus não conseguem acompanhar esse ritmo, mas o mundo lá fora é este mundo tecnológico e cada vez mais. Mas também podia ser assumido, sermos um espaço de contra-cultura, de resistência, no bom sentido, mas acho que não é isso que se pretende, isso ficará para outros fóruns, para outros palcos, o que se pretende é apresentar as coleções às pessoas que elas as compreendam naquilo que é a sua lógica habitual de compreensão, que está muito associada agora às novas tecnologias.

Depois há o argumento da mediação, que também se prende com o que estava a dizer. As possibilidades que as novas tecnologias dão de um contato diferente com as peças de coleção, (por exemplo, não podemos tocar, etc.), e, desta forma, damos outros níveis de experiência que vão ajudar a despertar a curiosidade, a organizar ideias, a compreender e a usufruir mais das coleções, dos temas, das ideias.

4 - Na sua função, qual a sua relação com esta museografia recorrente a multimédia interativa?

Eu estive envolvida diretamente no projeto de instalação do museu, não só na operacionalização e contato com as equipas, gestão dos processos logísticos, mas quando se chegou à fase de operacionalização e de programação também foi muito importante o olhar de quem tem experiência com os públicos, para perceber que “o ecrã não funciona naquela posição”, “a interação está muito rápida”, “não podemos ter perguntas fechadas”, “a acessibilidade intelectual dos textos”, etc., quer dizer, a nível dos processos de compreensão dos públicos, e ainda tive a sorte de poder contribuir alguma coisa. Mas a maioria das soluções já estavam pensadas.

4.1 - Se este contato ou trabalho existe, quais as vantagens / desvantagens e estratégias que adota?

Hoje em dia, quando corre tudo bem, corre tudo bem e cumpre, quando há problemas, cabe-me alertar e pressionar para que sejam resolvidos, porque ver que há experiências que não estão a ser cumpridas, incomoda-me muito.

Mas acontece muito isso?

Vai acontecendo, depende dos equipamentos... há aplicações mais complexas do que outras. Há aplicações que são muito estáveis, nunca dão problemas, e outras dão. Este tipo de

museografia está mais sujeita ao erro, ainda mais tecnologia que usa redes. Existe de qualquer forma uma equipa permanente, quer dizer, museus que optam por este tipo de exposição, têm que ter alguém que perceba o mínimo para desbloquear situações ou ter capacidade para fazer um diagnóstico e pedir a solução dos problemas. Muitas vezes, os problemas são simples e conseguimos nós resolver porque temos um computador com o servidor, na receção, onde podemos resolver a um nível simples. A equipa de mediação também está permanentemente no museu e se se apercebe que há problemas, reporta para que este seja logo solucionado, nem que, em última análise, se tenha que chamar o fornecedor externo.

Quantas pessoas pertencem a esta equipa de mediação?

A equipa de mediação que dinamiza as atividades é constituída por sete pessoas: cinco pessoas externas (uma de substituição, em caso de ausência), só no espaço do museu, e mais duas pessoas internas que acumulam as funções de mediação, produção e de trabalho no *backoffice*.

Observei também, no museu, que a equipa tem uns equipamentos de comunicação...

Percebemos que era muito importante termos meios de comunicação permanentes, ou seja, temos *iPods* para contactar quando preciso. Por exemplo, para comunicar um problema e passar à sua rápida resolução. Foi uma proposta da Coordenação e é um dos instrumentos validados, na prática, e mais importantes na gestão do museu. Aqui está mais um caso da relação homem – máquina e trabalhando a nosso favor.

5 - Quais eram as suas expetativas na relação dos visitantes do Museu com os dispositivos de multimédia interativa?

As expetativas eram altas.

6 – Se tem conhecimento, estas expetativas confirmaram-se? Se sim ou não, porquê?

Confirmaram-se, corre bem. Não fazemos avaliação específica dos interativos, mas fazemos a nossa avaliação global da exposição e atividades, por parte dos públicos, e as pessoas classificam a experiência como “excelente” e eu quero acreditar que daí também resulta a interação que tiveram com os dispositivos multimédia. De um ponto de vista empírico, o *feedback* que também recebo da equipa, porque não estou todos os dias no espaço do museu, é que algumas experiências, no museu, são imperdíveis e mais populares.

Como por exemplo?

Como, por exemplo, as pessoas fazerem a sua moeda ou nota virtual com a sua cara e depois terem a possibilidade de recuperarem essa experiência, em casa, e fazerem o *download* ou imprimir. O sistema aqui implementado é constituído por bilhetes que têm um código que me

dá acesso através do site do museu. Ou seja, não ficamos pela interação no espaço do museu, vamos além.

Já estamos também nos resultados... ou seja, no geral, quando pensaram neste tipo de projeto, no que pensavam especificamente, qual seria o benefício para os públicos?

Sim, que elas vivessem mais. Há uma componente de prazer e não quero falar em entretenimento para não ser desvalorizado, assim já se considera como uma dimensão fundamental no conhecimento e na aprendizagem... e estes interativos aceleram a motivação e a predisposição, em relação aos conteúdos do museu, e ajudam a querer saber mais, a relacionar... levam a um confronto, a tirarem do lugar! Se perguntares a diferentes pessoas do projeto, até pessoas mais da vertente tecnológica, podiam afirmar que existem algumas experiências que as entusiasmam mais, são mais desafiantes do ponto de vista tecnológico, mas como acho que conheço os públicos, aqueles que têm mais sucesso são aqueles que já previa, e não os mais desafiantes a nível tecnológico, na sua conceção.

E aparecem visitantes a perguntarem por interativos específicos?

Sim, completamente, “a boca em boca” aqui é muito relevante! E o próprio museu na sua comunicação, seja ela numa ótica de publicidade ou divulgação, tira muito partido desse argumento, o de ser interativo, é relevante para as pessoas.

7 – De seu conhecimento, qual tem sido o papel dos mediadores, no Museu do Dinheiro (como representante deste novo paradigma de museu tecnológico – interativo)?

Este museu é interativo e participativo “qb”. É emancipador...

O que é que isso significa?

Eu diria que há museus que utilizam dispositivos informáticos e multimédia para pura e simplesmente para expôr conteúdos, outros que pedem que eu interaja com esses conteúdos e outros ainda que eu participe na reconstrução e reconfiguração do museu. Eu acho que nós com esta situação do bilhete eu reconfiguro o museu, porque eu reconfiguro a memória do museu.

Isso é muito interessante... mas só porque envolvo o corpo, participo?

Eu participo porque carrego no botão, envolvo o corpo e penso! Estás ativa no percurso que o museu propõe como, por exemplo, o “Trocar” com o Hermes Solar, que dá várias hipóteses de narrativa. Dá sempre hipóteses de escolha e encadeamento de ações e reflexões. Assim, como o núcleo “Testemunhar”! Esta equipa de projeto conseguiu uma coisa extraordinária, porque aqui o visitante é mesmo parte nova e integrante deste museu, ele fica representado, ele é co-construtor do museu, aquela sala todos os dias se transforma, com um novo testemunho deixado pelo visitante, que passa a ser exibido! Isso é provar que os

equipamentos multimédia não servem só para apresentar conteúdos fechados, que estão todos armazenados numa base de dados, tipo pré-embalados, mas que permitem dar voz e representação do visitante, e lança uma questão bem difícil “o que é para si o dinheiro?”. Vamos partilhar experiências boas e más!

Então, mas os mediadores aqui no meio, qual o seu papel?

Há uma componente básica de orientação e instrução, de como utilizar os equipamentos multimédia, para eles realmente funcionarem, para os visitantes tirarem mais partido. Depois, não é fácil para as equipas, mas tem que se perceber que aquelas tecnologias estão ali para te ajudar, mas não é fácil, estamos muito formatados, é normal... é um processo! Agora, aqui no museu, os mediadores já usam ao máximo os interativos, para ampliar conhecimentos e para ajudar na sua tarefa, que é trabalhar processos de compreensão com os públicos. Os mediadores ativam ainda mais os interativos, que, por sua vez, ativam mais as coleções.

8 – Acredita que a tecnologia interativa pode substituir os mediadores? Ou os mediadores podem substituir a tecnologia?

Não sei o que vai aparecer no futuro, que tecnologia vai aparecer. No que vi até hoje, a tecnologia não substitui os mediadores. Os mediadores são absolutamente fundamentais. Digo isto num sentido de crença pessoal, mas também baseado naquilo que vejo acontecer porque o número de pedidos de visitas mediadas e acompanhadas continua a ser enorme!

Mas nunca houve a expectativa de que determinado equipamento tecnológico poderia, numa determinada sala, substituir a presença de um mediador?

Não. Se, junto da tecnologia, não estiver um mediador, esta será explorada a um determinado nível, que irá provocar determinadas reações e experiências de compreensão, mas não será acionada, puxada e agitada pelos mediadores. Assim, vai ter muito mais impacto, os visitantes vão mais longe! Da mesma forma que acho que os objetos não falam, o contexto é dado pelo mediador, estabelece-se uma relação, que com o mediador, pode ser muito rica e desafiante. Mas, também acho que os mediadores não substituem a tecnologia, complementam-se, são experiências diferentes. Esta relação, para nós, já é natural.

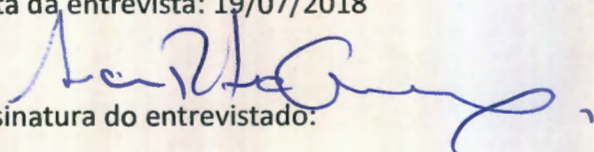
Autorização de registo e de utilização de fonte oral

Rita Canavarro declara que tomou parte voluntariamente numa entrevista sobre mediação cultural, efetuada e conduzida por Daniela Viela, no âmbito de trabalho académico “Mediações Culturais: da pessoa ao virtual no Museu do Dinheiro”, da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, finalizada em novembro 2018.

Rita Canavarro autoriza que a gravação e a transcrição de conteúdo da entrevista, devidamente citados, sejam usados como fonte para o trabalho académico supra identificado e exclusivamente para esse fim.

Data da entrevista: 19/07/2018

Assinatura do entrevistado:

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Rita Canavarro', written over the printed text 'Assinatura do entrevistado:'.

APÊNDICE IV

[Questionário a Profissionais da Equipa do Museu do Dinheiro]

Perguntas do Questionário aos Profissionais do Museu do Dinheiro

1 – Na equipa do Museu do Dinheiro, qual a sua função e os seus respetivos objetivos?

2 – Como pensa a instituição museu, hoje em dia, ou seja, quais devem ser as suas principais funções?

3 – Qual a sua opinião, de acordo com a sua experiência, sobre o Museu se caracterizar por uma museografia com multimédia interativa?

4 - Na sua função, qual a sua relação com esta museografia recorrente a multimédia interativa?

4.1 - Se este contato ou trabalho existe, quais as vantagens / desvantagens e estratégias que adota?

5 - Quais eram as suas expetativas na relação dos visitantes do Museu com os dispositivos de multimédia interativa?

6 – Se tem conhecimento, estas expetativas confirmaram-se? Se sim ou não, porquê?

7 – De seu conhecimento, qual tem sido o papel dos mediadores, no Museu do Dinheiro (como representante deste novo paradigma de museu tecnológico – interativo)?

8 – Acredita que a tecnologia interativa pode substituir os mediadores? Ou os mediadores podem substituir a tecnologia?



Daniela Viela <danielaviela@gmail.com>

Questionário dissertação

1 mensagem

José Alberto Lemos <jlemos@bportugal.pt>
Para: Daniela Viela <danielaviela@gmail.com>

12 de novembro de 2018 às 10:20

Olá Daniela

Conforme o solicitado aqui vão as respostas às questões colocadas:

1 - Como pensa a instituição museu, hoje em dia, ou seja, quais devem ser as suas principais funções?

R: Sendo o Museu do Dinheiro único na sua vocação, por apresentar ao longo de 8 núcleos, o tema “dinheiro” numa simbiose entre dispositivos multimédia instalados e os objetos reais expostos, surpreende o visitante, convidando-o à interação e

promovendo a construção de conhecimento.

Consciente da sua função social, o Museu do Dinheiro tem um papel de relevo na sociedade quer assegurando a acessibilidade e a satisfação de quem nos visita por um lado, quer através das parcerias que estabelece e que lhe permite a permuta

de ideia, projetos, coleções por outro, com o objetivo de participação do museu na sociedade, que o acolhe, mas que também o transforma.

2 – Na equipa do Museu do Dinheiro, qual a sua função e os seus respetivos objetivos?

R: Sendo numismata e tendo a responsabilidade do tratamento do acervo numismático e notafílico do Banco, (aquisição, inventariação, classificação, acondicionamento e preservação das peças) hoje procuro passar o conhecimento acumulado

ao longo dos anos às gerações mais novas (numismata e mediadoras

do museu) com o objetivo de que se sintam cada vez mais preparados para enfrentar os desafios que lhes são colocados.

3 – Qual a sua opinião, de acordo com a sua experiência, sobre o Museu se caracterizar por uma museografia com multimédia interativa?

R: Sinto-me privilegiado porque em 1 de maio de 1999, conseguimos depois de muito batalhar (mais de 10 anos), inaugurar, no Edifício Portugal, a exposição permanente que não foi mais do que o embrião do novo museu. Era constituída por 13

núcleos, maioritariamente dinheiro primitivo, notas, moedas e outros tipos de numismas e papel-moeda. Como dispositivo multimédia apenas a exibição de um filme de 8 minutos que fazia a apresentação prévia da exposição.

Naturalmente e depois da constatação do que é o novo museu, a diferença é abismal. A utilização de tecnologia multimédia acresce uma mais valia sem paralelo, pois permite não só mostrar o seu acervo, como leva o visitante a ficar “preso” à

exposição até ao fim. O interessante que se verifica é que o impacto faz com que um grande número de visitantes repita a visita ávidos de entender e perceber mais do que lhes foi proporcionado da 1ª visita.

4 - Na sua função, qual a sua relação com esta museografia recorrente a multimédia interativa?

R: Quem trabalha no MD tem que estar preparado e habilitado a conviver com as ferramentas que são a multimédia interativa ao seu dispor. Do meu ponto de vista pessoal, a multimédia funciona um pouco como relaxante pois o seu caráter

lúdico, ajuda o visitante a descontrair levando-o a entender melhor as explicações do conteúdo dos núcleos, sempre na expectativa de encontrar a próxima interação.

As desvantagens que até hoje encontrei é quando nos preparamos para poder mostrar um multimédia e ele não funciona. É frustrante para

ambas as partes.

5 - Quais eram as suas expetativas na relação dos visitantes do Museu com os dispositivos de multimédia interativa?

R: Naturalmente que as expetativas quanto a mim terão que ser vistas no museu no seu todo, embora como é natural, o impacto da multimédia, fosse aquele que mais ansiedade despertava. A inovação de que se reveste, suscita uma grande

curiosidade no visitante e o impacto é bastante positivo.

6 – Se tem conhecimento, estas expetativas confirmaram-se? Se sim ou não, porquê?

R: Do meu ponto de vista, não só as expectativas se confirmaram, como pelo conhecimento e experiência do contato com o público, posso afirmar que ultrapassaram em larga medida, as previsões. Do que observo, constato que quem nos visita

pela 1ª vez e contata logo, por exemplo, com o robot Hermes, a sua reação faz jus ao famoso slogan publicitário criado em 1929, por Fernando Pessoa, para a coca-cola: “primeiro estranha-se e depois entranha-se.

7 – De seu conhecimento, qual tem sido o papel dos mediadores educativos, no Museu do Dinheiro (como representante deste novo paradigma de museu tecnológico – interativo)?

R: O papel que os mediadores educativos têm no museu reveste-se de uma importância extraordinária. Não só na condução das visitas aos meus diversos níveis (regulares, protocolares, VIP), nos workshops para adultos e crianças, e

fundamentalmente através das visitas-oficinas para crianças que conferem ao museu um papel de eleição no panorama nacional.

8 – Acredita que a tecnologia interativa pode substituir os mediadores? Ou os mediadores podem substituir a tecnologia?

R: Na minha modesta opinião, a resposta a esta pergunta é de que não

pode haver substituições. A tecnologia interativa e os mediadores andam de mão dada. Basta que nos lembremos que os dispositivos multimédia são criados pelo ser humano,

com o objetivo de se tornarem uma ferramenta de auxílio. Depois de criados também mantêm a sua dependência, a começar pelo princípio mais elementar: ligar e desligar.

Cumprimentos

Jose Alberto Lemos

BANCO DE PORTUGAL

Técnico de Museologia e numismática

Departamento de Comunicação e Museu Communication and Museum Department
Núcleo de Museu

Rua do Comércio, 148 | 1100-150 Lisboa

T +351 213213283

jlemos@bportugal.pt | www.bportugal.pt





Daniela Viela <danielaviela@gmail.com>

FW: Entrevista Equipa Museu_tese mestrado museologia

Daniela Viela <dviela@bportugal.pt>

12 de julho de 2018 às 13:23

Para: "danielaviela@gmail.com" <danielaviela@gmail.com>

From: João Pedro Vieira**Sent:** 12 de julho de 2018 10:44**To:** Daniela Viela <dviela@bportugal.pt>**Subject:** RE: Entrevista Equipa Museu_tese mestrado museologia

Olá, Daniela,

O teu questionário ficou esquecido no meio das mensagens. Aqui vão as respostas. Se for necessário mais algum desenvolvimento ou alguma resposta falhar o objectivo, diz-me.

1 - Como pensa a instituição museu, hoje em dia, ou seja, quais devem ser as suas principais funções?

Os museus devem procurar a constituição de repositórios históricos, constituídos por património material/imaterial, garantir a sua preservação e transmissão futura e promover o seu estudo, divulgação e valorização como fontes de conhecimento colectivo sobre o passado e o presente, e concomitantemente de desenvolvimento social e cultural das comunidades em que insere e com quem interage.

2 – Na equipa do Museu do Dinheiro, qual a sua função e os seus respectivos objectivos?

Técnico de museu e numismática, com responsabilidade partilhada pela aquisição e gestão do património museológico à guarda do museu, especialmente o de índole numismática, notafílica e afim. A função envolve também a satisfação de pedidos de informação sobre o acervo e de pedidos de cedência de imagens, e ainda a realização de visitas orientadas ao museu.

Os objectivos básicos passam, por isso, por assegurar a conservação do acervo, promover a sua expansão e melhoramento quantitativo e qualitativo (de acordo com a política de aquisições estabelecida), assim como o seu devido registo, descrição e divulgação externa. Outros objectivos são variáveis, sujeitos a revisão anual, e podem incluir a participação na preparação de exposições temporárias e a redacção de textos de divulgação sobre peças em acervo.

3 – Qual a sua opinião, de acordo com a sua experiência, sobre o Museu se caracterizar por uma museografia com multimédia interactiva?

A utilização de multimédia interactiva aumenta o raio de alcance e o interesse do museu para camadas mais jovens e sensíveis às tecnologias digitais. Ao mesmo tempo, oferece modos mais dinâmicos de tratamento e apresentação de alguma informação e pode melhorar a experiência individual/colectiva do visitante. Se a

experiência for convenientemente mediada, pode potenciar a aprendizagem e a retenção de informação relevante sobre as temáticas do museu em públicos escolares. Tem igualmente desvantagens: tem impacto negativo directo na conservação do espólio em exposição (fonte de calor) e a sua vertente lúdica pode muito facilmente eclipsar a sua função de instrumento facilitador/motivador de aprendizagem (efeito de diversão).

5 - Na sua função, qual a sua relação com esta museografia recorrente a multimédia interactiva?

5.1 - Se este contacto ou trabalho existe, quais as vantagens / desvantagens e estratégias que adopta?

As vantagens/desvantagens estão referidos na resposta ao ponto 3. A multimédia é utilizada como recurso acessório, com intenção de criar pausas na parte expositiva da visita, introduzir dinamismo e/ou criar âncoras emocionais positivas que favoreçam a manutenção/renovação da atenção.

6 - Quais eram as suas expectativas na relação dos visitantes do Museu com os dispositivos de multimédia interactiva?

Que os dispositivos interactivos iriam captar muito o interesse das gerações mais novas e poderiam suscitar curiosidade de saber mais sobre temas normalmente ignorados e desvalorizados pelo público mais jovem.

7 – Se tem conhecimento, estas expectativas confirmaram-se? Se sim ou não, porquê?

Tenho um conhecimento muito imperfeito a este nível, dada a baixa frequência de visitas orientadas que faço. No entanto, parece-me que em muitos casos a segunda parte da expectativa não se confirmou: a vertente lúdica, de entretenimento, suplanta totalmente o potencial didáctico/educativo.

8 – De seu conhecimento, qual tem sido o papel dos mediadores educativos, no Museu do Dinheiro (como representante deste novo paradigma de museu tecnológico – interactivo)?

Não tenho conhecimento suficiente do papel efectivo dos mediadores, pois a minha presença no museu é muito reduzida.

9 – Acredita que a tecnologia interativa pode substituir os mediadores? Ou os mediadores podem substituir a tecnologia?

Não. A mediação humana é essencial. Apesar das potencialidades e da crescente importância das tecnologias, os mediadores podem, no limite, substituí-las. Os mediadores orientam a interpretação e a experiência de forma personalizada, ajudam a direccionar o foco e a criar relevância perante a abundância de informação disponível sob diversas formas e suportes.

Cumprimentos

João Pedro Vieira

Técnico de museologia Curator of coins and paper money

BANCO DE PORTUGAL

Departamento de Comunicação e Museu Communication and Museum Department

Área do Museu do Dinheiro Money Museum Division

Rua do Comércio, 148 | 1100-150 Lisboa



Daniela Viela <danielaviela@gmail.com>

FW: Entrevista Equipa Museu_tese mestrado museologia

Margarida Sampayo <margaridasampayo@gmail.com>

29 de julho de 2018 às 20:51

Para: Daniela Viela <danielaviela@gmail.com>

Cc: mmsampaio@bportugal.pt

Allô Daniela,

Tardou mais ei-las!

1 - Como pensa a instituição museu, hoje em dia, ou seja, quais devem ser as suas principais funções?

Pergunta complexa para responder em breves palavras, mas vou tentar. Poderia referir a definição do ICOM, mas não o vou fazer.

A instituição Museu desde a sua origem que se caracteriza por evoluir e adaptar aos contextos socio-culturais em que se insere, i.e., evolui a par e passo com os novos paradigmas da sociedade. O Museu como instituição deve prestar um serviço à sociedade.

Independentemente da época acredito que uma das principais funções do Museu é preservar a memória e novas reflexões sobre a mesma. Preservar não no sentido de se fechar a sete chaves, mas antes de dar a conhecer a memória, i.e., sob as múltiplas formas físicas e imateriais.

Como preservador da memória colectiva o Museu deve procurar ser um facilitador. Um Museu deve inspirar, abrir novos horizontes, dar a conhecer outros pontos de vista.

O Museu, em última análise é um contador de histórias e foi exactamente essa característica que me levou a apaixonar por esta instituição e a desejar trabalhar nela. O fascínio que um único objecto pode despertar e as inúmeras histórias que posso contar através dele é quase mágico.

Como espaço social de aprendizagem o Museu deve propiciar o conhecimento.

2 – Na equipa do Museu do Dinheiro, qual a sua função e os seus respetivos objetivos?

Pertenço ao Núcleo de Produção do qual faz parte o Serviço Educativo do Museu, mas também desenvolvo trabalho para o Núcleo de Programação do qual faz parte a área de comunicação. A minha função principal é como mediadora, no entanto também sou responsável pela edição do site e da Newsletter. Na vertente da comunicação edito o site e a Newsletter, mas também produzo outros conteúdos para projectos de divulgação do Museu fora de portas.

Quais os meus objectivos? Neste momento ainda não foram definidos pela minha hierarquia, mas isso não quer dizer que não os tenha pessoalmente. Eu diria que um dos meus objectivos pessoais será sempre procurar comunicar melhor seja na mediação directa, i.e, em contacto directo com o público, seja na mediação secundária, i.e, através de meios secundários de comunicação.

3 – Qual a sua opinião, de acordo com a sua experiência, sobre o Museu se caracterizar por uma museografia com multimédia interativa?

Acho positivo. De um modo geral penso que a aposta numa museografia diferenciadora foi uma aposta vencedora. Porém, às vezes, como mediadora também sinto que pode condicionar, pois existe a tendência de nos tornarmos dependentes dela, e para mim um Museu deve igualmente funcionar sem a multimédia interactiva. Se em determinadas situações a multimédia pode ajudar no processo de mediação, noutros casos pode até dificultar, pois afasta as pessoas da reflexão.

5 - Na sua função, qual a sua relação com esta museografia recorrente a multimédia interativa?

Ambígua e ambivalente. Em determinadas situações, p.e., com determinados grupos penso que pode ser extremamente positivo, noutras situações nem tanto. Afinal, bem todos os grupos estão interessados na

multimédia interactiva ou ao contrário apenas estão interessados nela.

5.1 - Se este contato ou trabalho existe, quais as vantagens / desvantagens e estratégias que adota?

Em contexto de visita orientada tento, não só, dar oportunidade aos participantes de interagir com a multimédia interactiva, como também, tento mostrar as suas possibilidades como complemento à visita. Os interactivos multimédia deve ser aliados, mas não o centro. Devem estar ali para ajudar e complementar a experiência museal, criando maior dinâmica. Afinal de contas o Museu não tem de ser uma seca, deve antes ser um lugar de contemplação, reflexão, aprendizagem e diversão.

Os multimédia permitem em última análise dar ao participante ter uma voz activa e não ser apenas um receptor passivo de conteúdos.

6 - Quais eram as suas expetativas na relação dos visitantes do Museu com os dispositivos de multimédia interativa?

Tenho de admitir que não eram muito altas. Talvez uma ideia pré-concebida da minha parte.

7 – Se tem conhecimento, estas expetativas confirmaram-se? Se sim ou não, porquê?

Sim, confirmaram-se.

Confirmaram que a ideia de que as pessoas autonomamente e sem qualquer ajuda por parte de um mediador iriam compreender o funcionamento dos interactivos foi desde o início uma ideia gorada. O que não deixa de ser curioso, pois a introdução destes interactivos multimédia relevou ainda mais a importância do mediador do espaço museal.

Confirmaram que os dispositivos multimédia podem ser simultaneamente um aliado e um inimigo. Um aliado quando tudo funciona e um inimigo quando tudo deixa de funcionar. Afinal de contas não é apenas o homem que é falível, mas máquinas também.

8 – De seu conhecimento, qual tem sido o papel dos mediadores educativos, no Museu do Dinheiro (como representante deste novo paradigma de museu tecnológico – interativo)?

De extrema importância, pois sem eles nada funcionaria. A ideia de que no séc. XXI magicamente todas as pessoas sabem lidar com dispositivos multimédia não é verdadeira.

Se uma das funções de um mediador de um espaço museal é facilitar (do inglês facilitator) o acesso ao espaço, à informação e muitos outros aspectos, a introdução destes dispositivos ao longo do percurso expositivo veio ainda mais revelar a sua importância.

9 – Acredita que a tecnologia interativa pode substituir os mediadores? Ou os mediadores podem substituir a tecnologia?

A tecnologia, no meu entender, nunca poderá substituir os mediadores. Mas ao contrário já acredito que sim e não é por ser mediadora.

O contacto humano engloba aspecto como conversa, contacto visual, troca de ideias e muitos outros aspectos nunca poderão ser substituídos (até ver, claro).

Como referi anteriormente as máquinas podem e devem ser aliados da mediação, mas não devem ser o foco principal.

Desculpa e demora, mas já reescrevi várias vezes e provavelmente amanhã acrescentaria mais alguma coisa. Obrigada por me considerares.

Beijinhos e boas férias!

M.

[Citação ocultada]



Daniela Viela <danielaviela@gmail.com>

FW: Entrevista Equipa Museu_tese mestrado museologia

7 mensagens

Daniela Viela <dviela@bportugal.pt>

10 de julho de 2018 às 15:18

Para: "danielaviela@gmail.com" <danielaviela@gmail.com>

From: M. Cristina Domingues
Sent: 10 de julho de 2018 16:18
To: Daniela Viela <dviela@bportugal.pt>
Subject: RE: Entrevista Equipa Museu_tese mestrado museologia

Aqui vai :

- 1- Os museus têm uma responsabilidade social. Contribuem para uma aprendizagem, e para uma evolução cultural dos cidadãos.
- 2 – IT do Museu. O meu objetivo é garantir um sistema de alta disponibilidade.
- 3- A coexistência das duas, é uma fórmula do sucesso.
- 5 - Responsável por manter operacional a multimédia interativa. Não encontro nenhuma desvantagem As estratégias são todas direcionadas para garantir a operacionalidade dos sistemas
- 6- Expetativas de sucesso
7. Confirmaram-se. E as estatísticas mostram-nos uma percentagem muito alta de visitantes, que interagem nos dispositivos.
- 8- O trabalho deles tem contribuído muito para minimizar o tempo de falha de qualquer dispositivo, pois de imediato comunicam, sendo mais célere a resolução do problema.
- 9-Ambos devem coexistir, pois complementam-se.

Maria Cristina Domingues

Eng.

BANCO DE PORTUGAL

Área do Museu do Dinheiro



Daniela Viela <danielaviela@gmail.com>

FW: Entrevista Museu_tese mestrado museologia

2 mensagens

Daniela Viela <dviela@bportugal.pt>

3 de julho de 2018 às 08:17

Para: "danielaviela@gmail.com" <danielaviela@gmail.com>

From: Ana Patrícia Pinto [mailto:ana-patricia-pinto@hotmail.com]**Sent:** 30 de junho de 2018 17:10**To:** Daniela Viela <dviela@bportugal.pt>**Subject:** Re: Entrevista Museu_tese mestrado museologia

Alo alo, abaixo envio as respostas ao teu questionário.

Boa sorte 😊

1 - Como pensa a instituição museu, hoje em dia, ou seja, quais devem ser as suas principais funções?

A principal função dos museus deverá ser educar e comunicar com todos os públicos, sem exclusão, acrescentando/proporcionando conhecimento, questionamento, experiências diversificadas e ferramentas de auto-descoberta e de cooperação entre o grupo. Os museus têm a oportunidade de cruzar saberes e culturas, por isso, é um lugar privilegiado para estabelecer pontes entre as pessoas, através do tempo, da geografia, da etnia, da religião... Igualmente é função dos museus apresentar e preservar o património, tomando decisões museográficas que não ponham em causa nem a segurança das obras, nem a dos visitantes.

2 – Na equipa do Museu do Dinheiro, qual a sua função e os seus respetivos objetivos?

Enquanto mediadora cultural a minha função é potenciar a ligação entre o património e as pessoas, na prática, dando a ver e adequando os conteúdos transmitidos às características/ interesses do público. Nesse sentido, cada visita é única e irrepetível, pois o discurso ainda que planeado, será aberto à dinâmica e às questões levantadas durante essa experiência.

3 – Qual a sua opinião, de acordo com a sua experiência, sobre o Museu se caracterizar por uma museografia com multimédia interativa?

Em relação a esta opção museográfica merece destacar dois aspetos: por um lado, estas ferramentas acrescentam um carácter lúdico à visita o que é extremamente importante se tivermos em conta que o público

está a desfrutar do seu tempo livre aquando da visita e, por isso, não deverá ser uma experiência enfadonha. Por outro lado, estes interativos facilitam o entendimento do espólio exposto, de uma forma menos passiva (do que apenas lendo e contemplando), incitando a participação do público.

5 - Na sua função, qual a sua relação com esta museografia recorrente a multimédia interativa?

5.1 - Se este contato ou trabalho existe, quais as vantagens / desvantagens e estratégias que adota?

Na utilização destes interativos durante as visitas guiadas, facilmente se alonga a duração da visita, pelo que se deve fazer sempre uma gestão do tempo, negociando a melhor forma de todos participarem sem que o façam em todas as ocasiões.

6 - Quais eram as suas expetativas na relação dos visitantes do Museu com os dispositivos de multimédia interativa?

Uma ideia pré concebida que tinha era a de que os grupos séniores não teriam tanta curiosidade/interesse em determinados interativos, como o da realidade aumentada, pois bem, para minha surpresa são, muitas das vezes, os que mais se divertem!

7 – Se tem conhecimento, estas expetativas confirmaram-se? Se sim ou não, porquê?

Resposta 6.

8 – De seu conhecimento, qual tem sido o papel dos mediadores educativos, no Museu do Dinheiro (como representante deste novo paradigma de museu tecnológico – interativo)?

O papel dos mediadores continua a ser de facilitador na comunicação entre o espólio (incluindo os interativos que lhe são inerentes) e o público. Nesse sentido, existem situações de solicitação de uma ajuda de natureza técnica ("como é que se usa isto?") ou de transmissão de conteúdos sobre a coleção permanente através, também, dos interativos.

9 – Acredita que a tecnologia interativa pode substituir os mediadores? Ou os mediadores podem substituir a tecnologia?

Na minha opinião, uma ferramenta não substituí a outra, pelo contrário, complementam-se. A tecnologia pode ser uma ferramenta valiosa no dia-a-dia do mediador cultural, como é exemplo, o Museu do Dinheiro. E, apesar dos públicos mais novos solicitarem interatividade tecnológica, a experiência de visita vale sobretudo da relação interpessoal que se estabelece. Infelizmente, na contemporaneidade começam a surgir exposições temporárias que dispensam mediadores culturais, pelo uso de áudioguias, o que transmite uma experiência muito individualizada e a aquisição de conhecimento através de um discurso fechado, que não suscita a partilha de opiniões.

Beijinhos,

Ana Jesus

Beijinhos,

Claudia

1 - Como pensa a instituição museu, hoje em dia, ou seja, quais devem ser as suas principais funções?

R: Crescente importância que a relação com o público deve ter. O museu só faz sentido perante a existência de público e por isso a ligação com este deve ser a sua maior preocupação (educação pela arte). É necessária igualmente uma forte aposta na investigação e inventariação dos espólios, uma vez que só o conhecimento profundo do mesmo permite ao mediador enriquecer o seu conhecimento para melhor planear e desenvolver actividades.

2 – Na equipa do Museu do Dinheiro, qual a sua função e os seus respetivos objetivos?

R: Função de mediadora cultural, transmitindo aos visitantes a história do museu e da sua colecção.

3 – Qual a sua opinião, de acordo com a sua experiência, sobre o Museu se caracterizar por uma museografia com multimédia interativa?

R: Em teoria, e contrariamente às lendas de sala, a multimedia interativa permite infinitas possibilidades ao nível dos conteúdos dos objetos expostos, sua história e relação com o mundo. Exige, por isso, redobrada atenção no momento da elaboração desses mesmos conteúdos, uma vez que é esse o momento que definirá a sua importância para o incremento da experiência do visitante do museu. Assim, e se parece inequívoca a vantagem da adopção desta estratégia para a maioria dos museus, isso dependerá essencialmente da forma como estão estruturados os conteúdos dos mesmos (se os conteúdos são ou não adequados aos núcleos, se o seu uso é intuitivo e pedagógico...).

5 - Na sua função, qual a sua relação com esta museografia recorrente a multimédia interativa?

R: É, essencialmente, a de introduzir o visitante ao conceito de multimedia interativa através de uma breve explicação sobre o funcionamento da mesma.

5.1 - Se este contato ou trabalho existe, quais as vantagens / desvantagens e estratégias que adota?

R: Ver resposta 8

6 - Quais eram as suas expectativas na relação dos visitantes do Museu com os dispositivos de multimédia interativa?

R: Que aprendam enquanto se divertem.

7 – Se tem conhecimento, estas expetativas confirmaram-se? Se sim ou não, porquê?

R: Sim, na maioria das vezes, as pessoas que utilizam os interactivos durante as suas visitas acabam por passar mais tempo no museu e descobrir a colecção com "outros olhos".

8 – De seu conhecimento, qual tem sido o papel dos mediadores educativos, no Museu do Dinheiro (como representante deste novo paradigma de museu tecnológico – interativo)?

R: Os mediadores estão consciencializados para sensibilizar o público a usar os dispositivos interactivos, para que estes possam fazer uma visita mais rica em conteúdos e por consequência, mais divertida. Os interactivos permitem que o público explore a colecção, descobrindo-a de uma perspectiva diferente, o que de outro modo não aconteceria (seria uma visita normal, mais vocacionada para o lado histórico e menos lúdico).

9 – Acredita que a tecnologia interativa pode substituir os mediadores? Ou os mediadores podem substituir a tecnologia?

Em teoria qualquer resposta pode ser válida para ambas as perguntas. Os museus (e respetivos mediadores) existiram e sobreviveram no passado sem tecnologia bem como é teoricamente possível a existência de museus totalmente interactivos. No entanto, na minha opinião, é desejável que a tecnologia seja, acima de tudo, um complemento positivo no trabalho do mediador. Não creio que, com o crescente desenvolvimento e possibilidades da tecnologia, a aposta deva ser a da substituição ou redução do papel do mediador, uma vez que é este que acaba por humanizar a experiência de uma visita ao museu.

De: Daniela Viela <dviela@bportugal.pt>

Enviado: sexta-feira, 8 de junho de 2018 15:46

[Citação ocultada]

[Citação ocultada]

APÊNDICE V

[Questionário a Especialista de Design Multimédia da Equipa Projetista do
Museu do Dinheiro]

Perguntas do Questionário ao Especialista em design multimédia, da equipa projetista do Museu do Dinheiro

1 - Neste projeto do Museu do Dinheiro, qual foi o objetivo principal no design de interação e multimédia interativa?

2 - Quais eram as suas expetativas na relação dos visitantes com os dispositivos de multimédia interativa?

3 - Quais foram ou são os seus autores de referências ou linhas de pensamento?

4 - Que lógicas tiveram que ser consideradas no percurso expositivo? Ou seja, o que teve que ser considerado ou avaliado, ao integrar na exposição, os dispositivos interativos, juntamente com a coleção e respetiva museografia?

5 – Estas expetativas verificaram-se após 2 anos de abertura do museu?

6 – Como vê o papel dos mediadores educativos no Museu do Dinheiro, como representante deste novo paradigma de museu tecnológico - interativo?

7 – Como pensa a instituição museu, hoje em dia, ou seja, quais devem ser as suas principais funções?



Daniela Viela <danielaviela@gmail.com>

FW: Dissertação Museu do Dinheiro_Entrevista

1 mensagem

Daniela Viela <dviela@bportugal.pt>

16 de agosto de 2018 às 11:12

Para: "danielaviela@gmail.com" <danielaviela@gmail.com>

From: Mário Vairinhos [mailto:mariov@ua.pt]**Sent:** 11 de agosto de 2018 15:54**To:** Daniela Viela <dviela@bportugal.pt>**Cc:** Ana Rita Canavarro <ritacanavarro@hotmail.com>**Subject:** RE: Dissertação Museu do Dinheiro_Entrevista

Olá Daniela

Peço desculpa pela minha resposta tardia. Tomei a liberdade de enviar alguns anexos que respondem a algumas das questões de modo mais detalhado e profundo.

Se necessitar de mais informação (imagens do processo/projeto multimédia, esquemas, modo de funcionamento) tenho todo o prazer em partilha.

Espero que o seu trabalho de investigação seja um sucesso e tenho a maior curiosidade em conhecê-lo quando for concluído,

Cumprimentos

Mário Vairinhos

1 - Neste projeto do Museu do Dinheiro, qual foi o objetivo principal no design de interação e multimédia interativa?

4 - Que lógicas tiveram que ser consideradas no percurso expositivo? Ou seja, o que teve que ser considerado ou avaliado, ao integrar na exposição, os dispositivos interativos, juntamente com a coleção e respetiva museografia?

Em anexo envio uma memória descritiva, de minha autoria, sobre os objetivos e linhas orientadoras do design de interação para o MD, penso que reenquadra bem as preocupações e responde à questão 1 e à questão 4.

3 - Quais foram ou são os seus autores de referências ou linhas de pensamento?

7 – Como pensa a instituição museu, hoje em dia, ou seja, quais devem ser as suas principais funções?

Envio também em anexo dois capítulos de livro que documentam o pensamento teórico que tenho desenvolvido sobre o tema da aplicação da tecnologia na área da museografia e que procura traçar os principais contornos de uma "experiência" museográfica mediada pela tecnologia digital (e não só). A leitura destes dois artigos ajudará a clarificar a terceira e a 7 questão.

Ergotrip – último capítulo, pg 62

MUX - Capítulo 9, pg 109

2 - Quais eram as suas expetativas na relação dos visitantes com os dispositivos de multimédia interativa?

A nossa expetativa é alinhada com a ideia (também partilhada por outros autores e mais desenvolvida nos artigos em anexo) que a experiência museográfica contemporânea é marcada pelo cruzamento de duas atitudes por parte visitante. Uma de cariz contemplativa, mais antiga e enraizada historicamente no próprio conceito de museu, e outra, mais recente, e que costuma ser explicada como resultado de uma sociedade altamente mediatizada, que coloca ao dispor dos seus membros mecanismos de mediação tecnológica sofisticados, como são exemplo a web2.0 ou os videojogos. É sabido que associado a estes mecanismos está presente o conceito de participação.

Assim, é esperado que o museu intercale no seu discurso espaços contemplativos com dispositivos narrativos que promovam a participação ativa do visitante na comunicação e construção de conhecimentos. Enquanto que nos primeiros a "narrativa" é contada na terceira pessoa, nestas últimas, a tecnologia digital tem a capacidade de contar a história na primeira pessoa.

A principal preocupação da equipa projetista foi tentar garantir que o percurso entre estes dois tipos de espaços, bem como a sua transição, fosse fluída e consistente. Para tal procurou-se remover sempre que possível os obstáculos que dificultassem a interação, concebendo interfaces "naturais" ora incluindo os mesmo numa narrativa.

5 – Estas expetativas verificaram-se após 2 anos de abertura do museu?

Após o primeiro ano, os dados recolhidos automaticamente pelo sistema de informação do museu são bastante animadores. Alguns dispositivos, como por exemplo a cunhagem da moeda e da nota, registam uma participação de cerca de um terço do total de visitantes, dos quais uma percentagem significativa (10%) partilha a experiência nas redes sociais.

Este museu possui uma importante oferta de espaços e dispositivos interativos. Uma das grandes dificuldades que as soluções baseadas em tecnologia digital enfrentam no contexto dos museus é a constante manutenção e monitorização. Nem todos os museus têm capacidade logística e até financeira para assegurar o bom funcionamento dos seus dispositivos. Porém, as boas expectativas verificam-se não apenas por mérito das soluções em si, mas também devido à presença neste museu de uma equipa composta por pessoas com excelentes competências técnicas e museológicas que monitorizam continuamente os dispositivos multimédia e garantem o seu bom funcionamento.

6 – Como vê o papel dos mediadores educativos no Museu do Dinheiro, como representante deste novo paradigma de museu tecnológico - interativo?

O conceito de participação é o coração do paradigma do museu tecnológico. Nina Simon (Participatory Museum) explica-nos como se podem hoje os museus abrir-se à comunidade e o serviço educativo tem aqui um papel fundamental. As potencialidades da tecnologia só são verdadeiramente aproveitadas quando estas apelam à criatividade e à inteligência do visitante. Por muito que se procure conceber interfaces digitais "humanas" e "naturais" a comunicação tem sempre uma natureza interpessoal e serão incompletas sem a mediação humana. O seu papel reside precisamente em aproximar o mundo do visitante, singular e privado, nas narrativas do museu e o *storytelling* digital é um dos mecanismos mais ricos que o este tem ao seu dispor para se abrir.

De: Daniela Viela <dviela@bportugal.pt>

Enviada: 7 June, 2018 16:38

Para: Mário Vairinhos <mariov@ua.pt>

Assunto: FW: Dissertação Museu do Dinheiro_Entrevista

Importância: Alta

APÊNDICE VI

[Questionário ao Público do Museu do Dinheiro, em Visita Orientada]



MESTRADO DE MUSEOLOGIA – FCSH/UNL

Trabalho de Dissertação

Questionário ao público – VISITA ORIENTADA AO MUSEU DO DINHEIRO

Idade –

Género –

1 – Porque visitou o Museu do Dinheiro?

2 – O que esperava do Museu?

3 – Correspondeu às suas expetativas? Porquê?

4 – Do que gostou mais (objeto, interação..)?

5 – Teve interesse na tecnologia e vontade de a usar?

6 – Se sim, o que esperava dos dispositivos tecnológicos?

7 – O que foi mais eficaz, a tecnologia ou o mediador?

8 – A tecnologia substitui os mediadores? Ou os mediadores podem substituir a tecnologia?

APÊNDICE VII

[Questionário ao Público do Museu do Dinheiro, em Visita Livre]



MESTRADO DE MUSEOLOGIA – FCSH/UNL

Trabalho de Dissertação

Questionário ao público – VISITA LIVRE AO MUSEU DO DINHEIRO

Idade –

Género –

1 – Porque visitou o Museu do Dinheiro?

2 – O que esperava do Museu?

3 – Correspondeu às suas expetativas? Porquê?

4 – Do que gostou mais (objeto, interação..)?

5 – Teve interesse na tecnologia e experimentou-a?

6 – Se sim, o que esperava dos dispositivos tecnológicos?

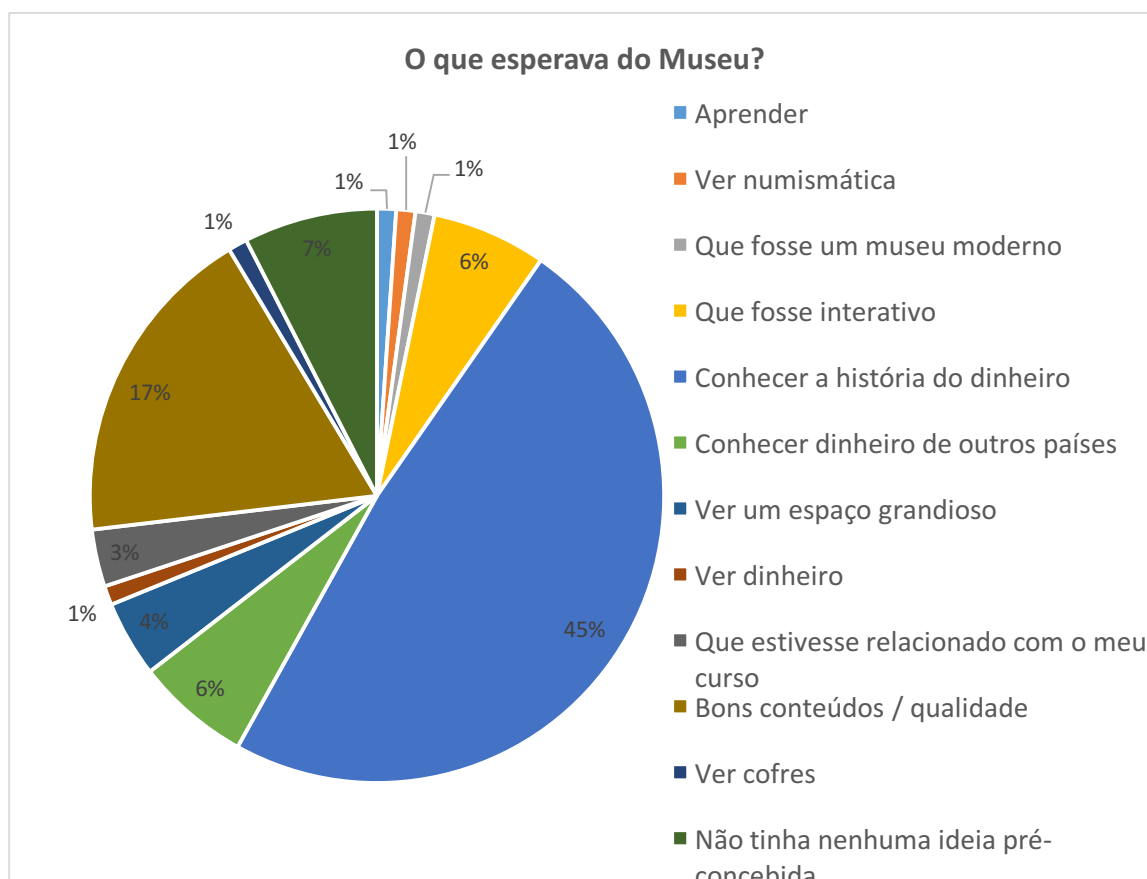
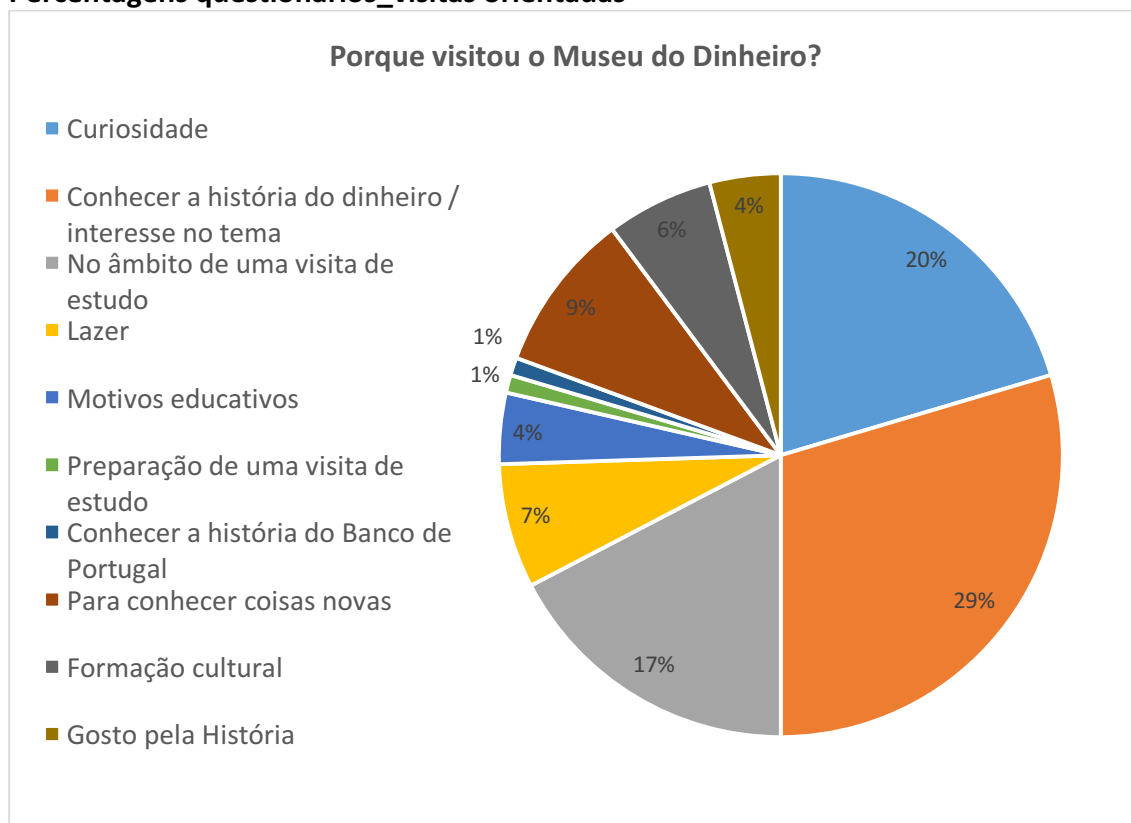
7 – Os dispositivos foram intuitivos e/ou eficazes? Ou sentiu falta de um mediador?

8 – A tecnologia substitui os mediadores? Ou os mediadores podem substituir a tecnologia?

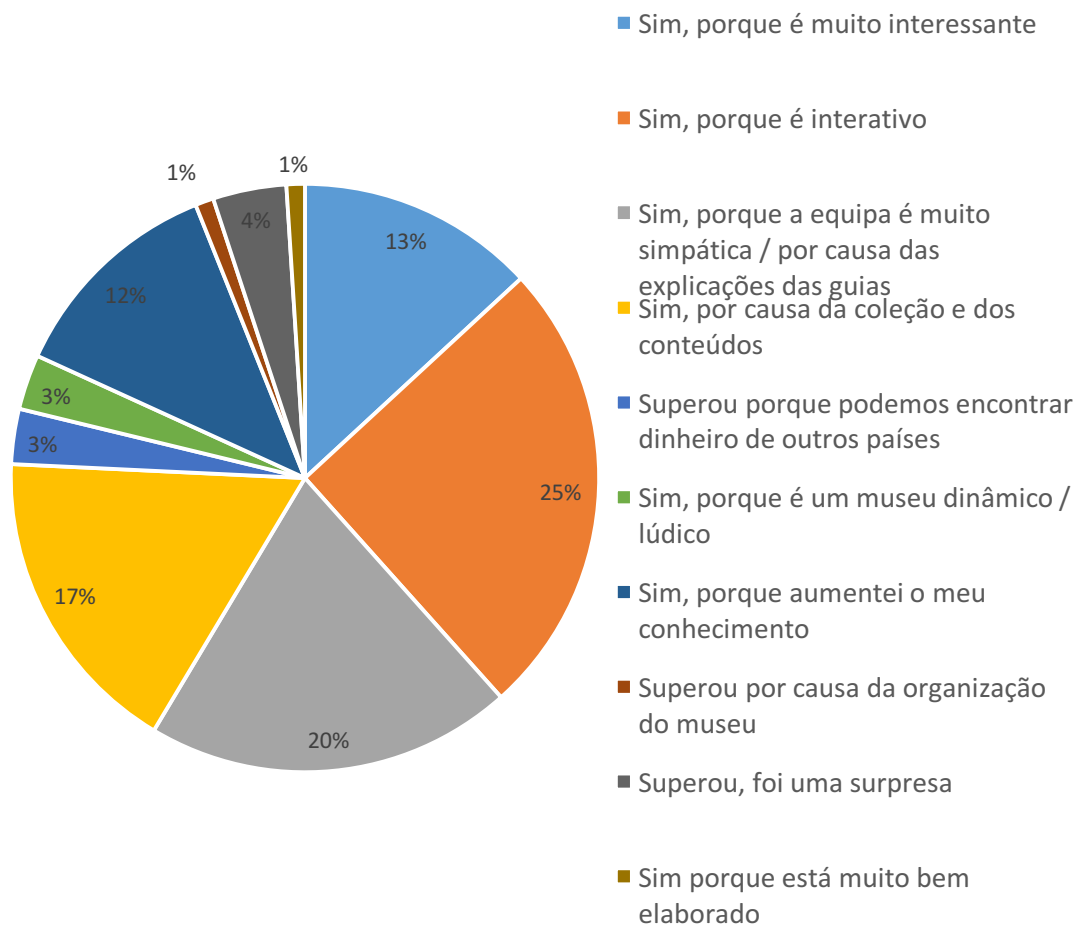
APÊNDICE VIII

[Percentagens dos Resultados dos Questionários ao Público do Museu do
Dinheiro em Visitas Orientadas]

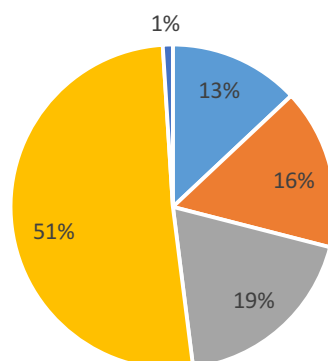
Percentagens questionários_visitas orientadas



Correspondeu às suas expetativas? Porquê?



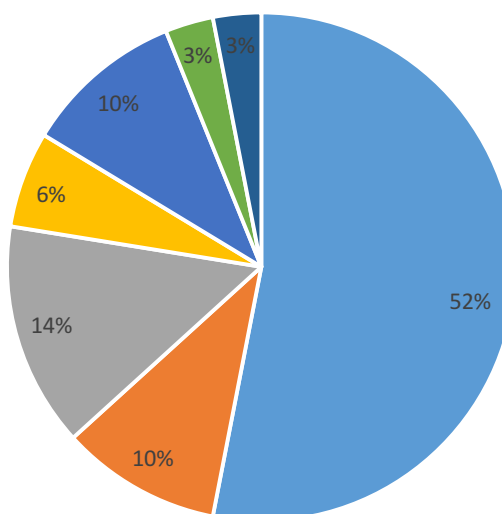
Do que gostou mais?



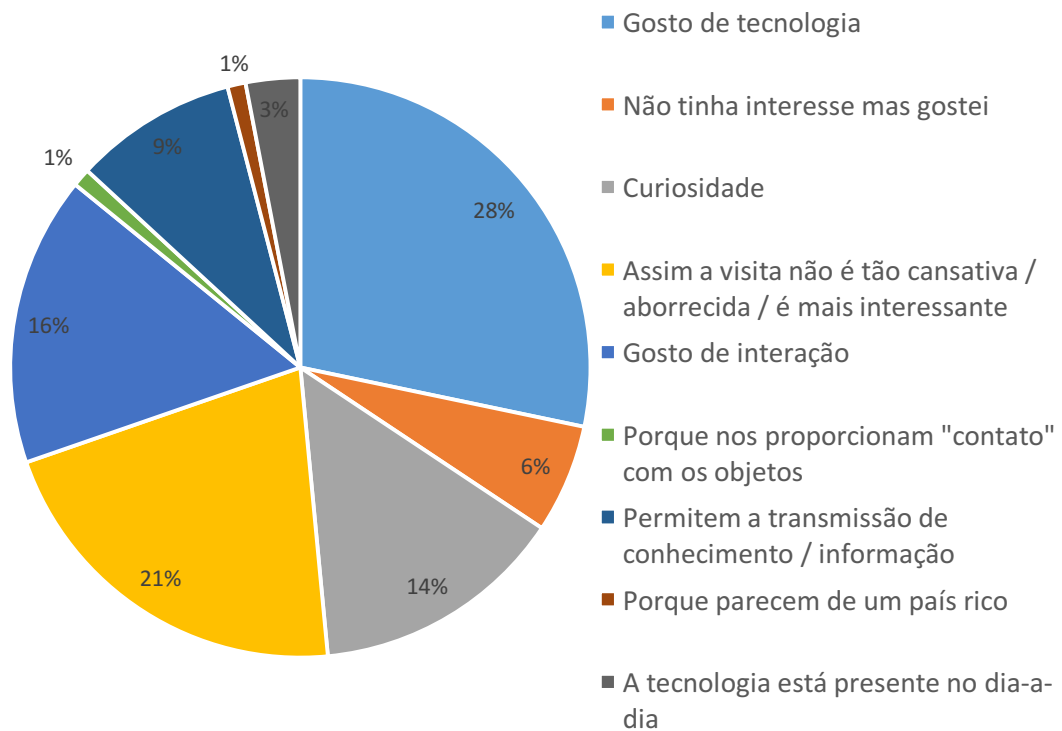
- Barra de ouro
- Mediadora / Guia
- Interativos
- Coleção e conteúdos
- Como o museu está organizado

Teve interesse na tecnologia e usou-a?

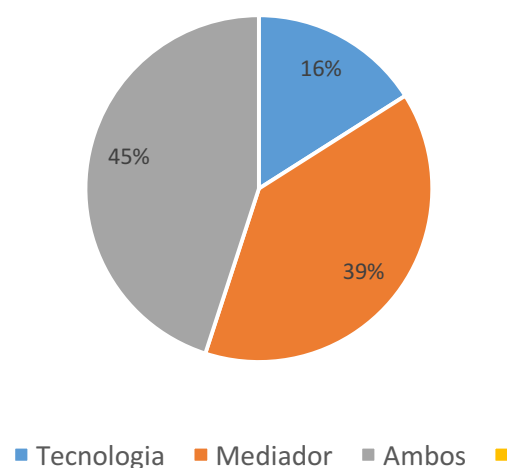
- Sim
- Sim, experimentei os jogos
- Sim, a interação da tecnologia é fascinante / é curioso
- Não
- Sim, usámos em família
- Sim, bastante
- Não, mas gostei de ver os outros a usar



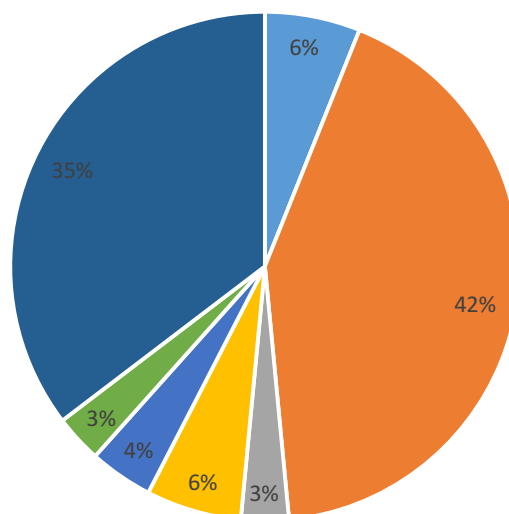
Se sim, porque se interessou pelos dispositivos tecnológicos?



De que experiência gostou mais, com a tecnologia ou com o mediador? Ou ambos?



A tecnologia substitui os mediadores? Ou os mediadores podem substituir a tecnologia?

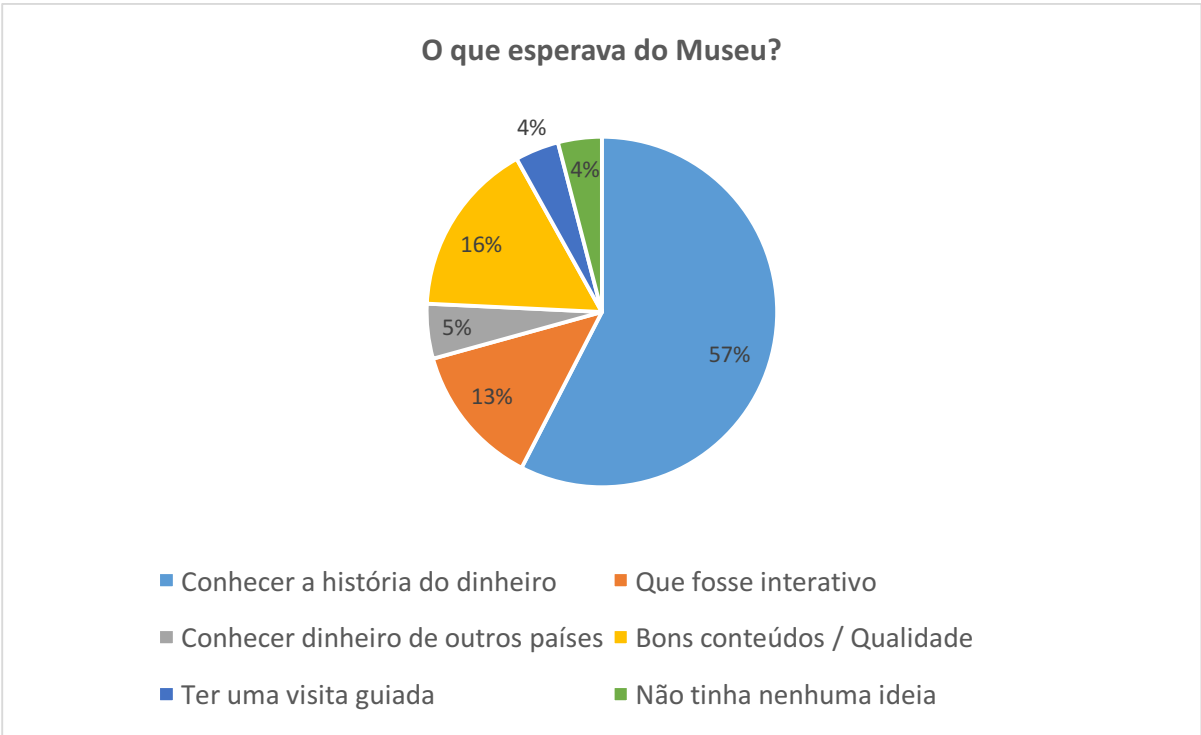
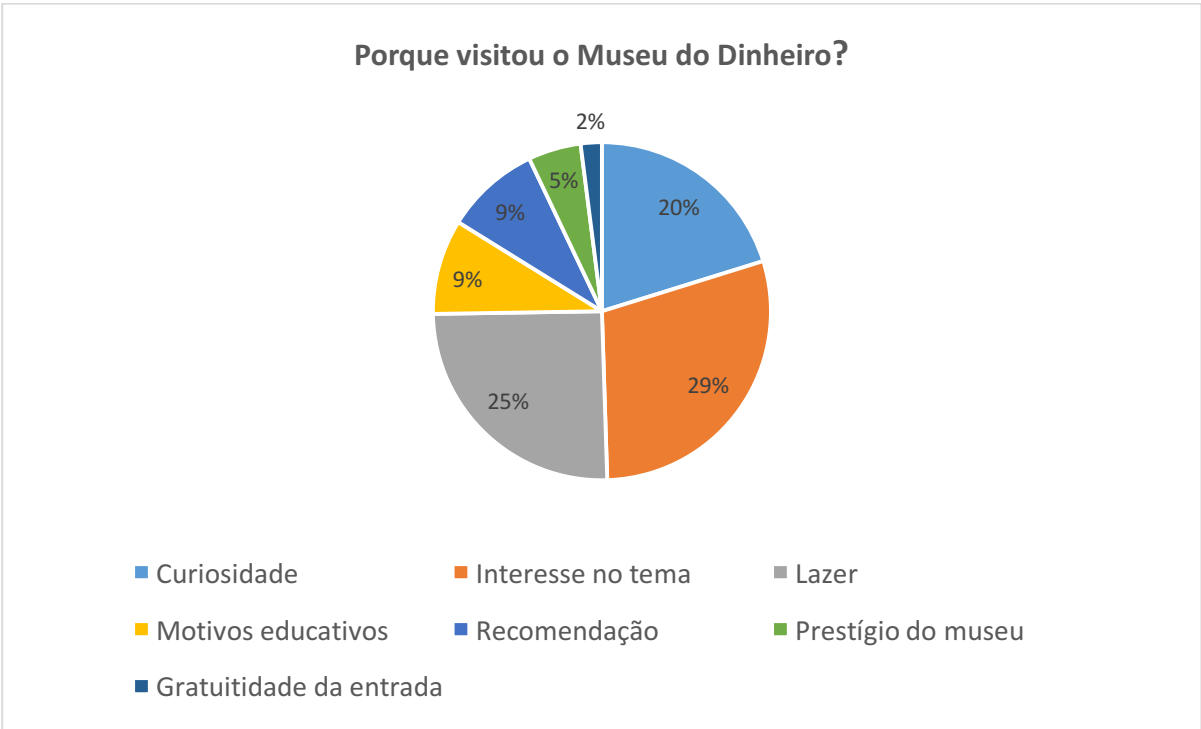


- Os mediadores podem substituir a tecnologia
- Complementam-se
- No futuro a tecnologia vai substituir os mediadores, mas aprende-se melhor com eles
- É melhor falar com um mediador
- A tecnologia substitui os mediadores
- Não, os mediadores não podem ser substituídos uma vez que têm sensibilidade em relação ao visitante / tornam o museu mais humano
- A explicação humana, direta, é sempre necessária / os mediadores são indispensáveis / a tecnologia nunca substitui os mediadores

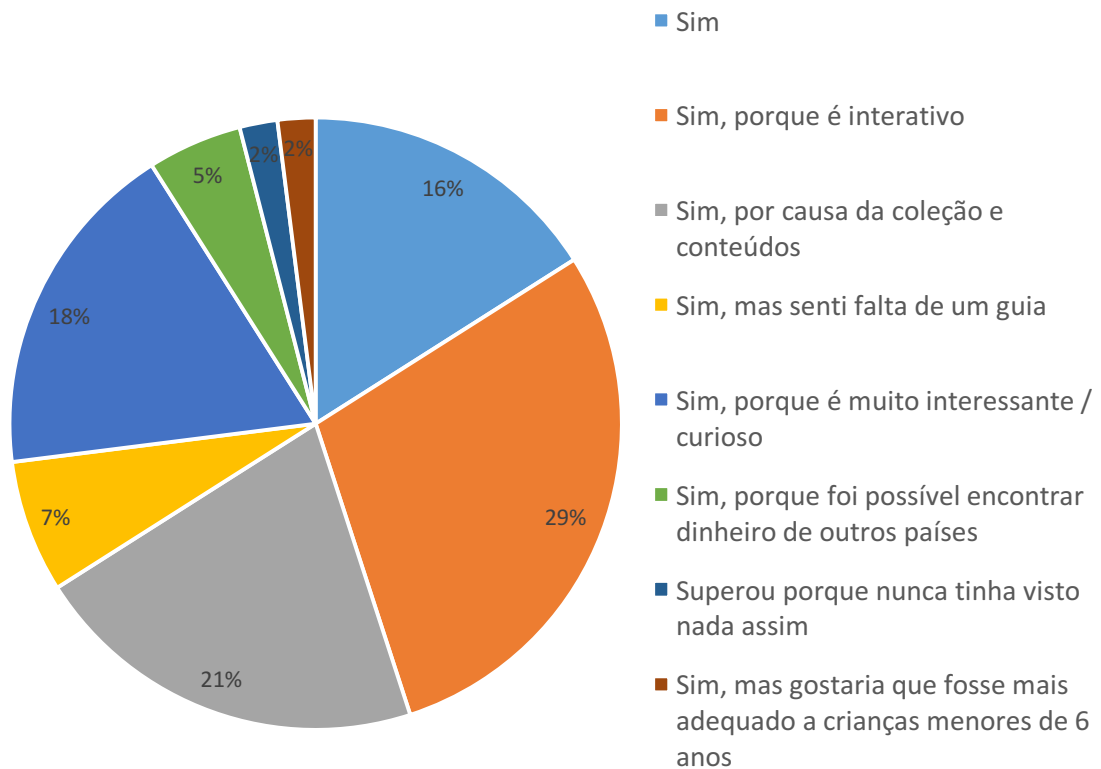
APÊNDICE IX

[Percentagens dos Resultados dos Questionários ao Público do Museu do
Dinheiro em Visitas Livres]

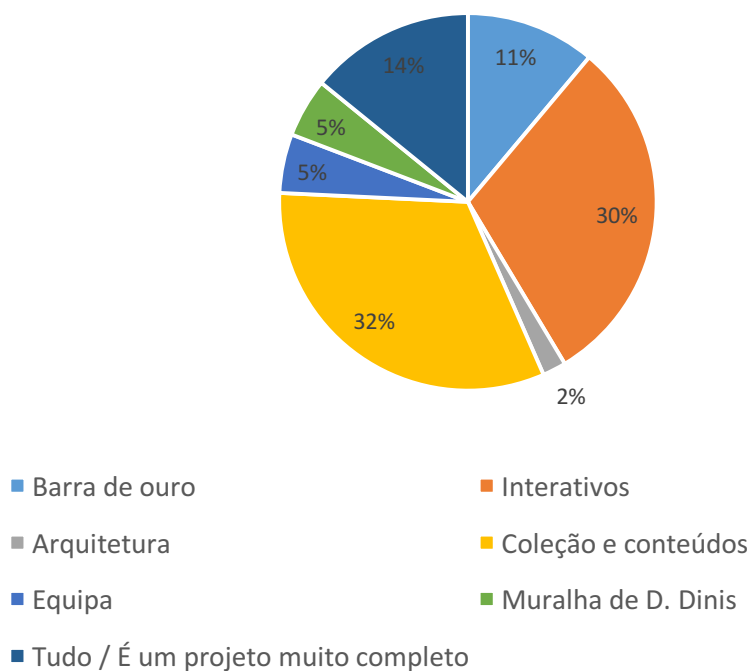
Percentagens questionários_visitas livres 56 visitantes



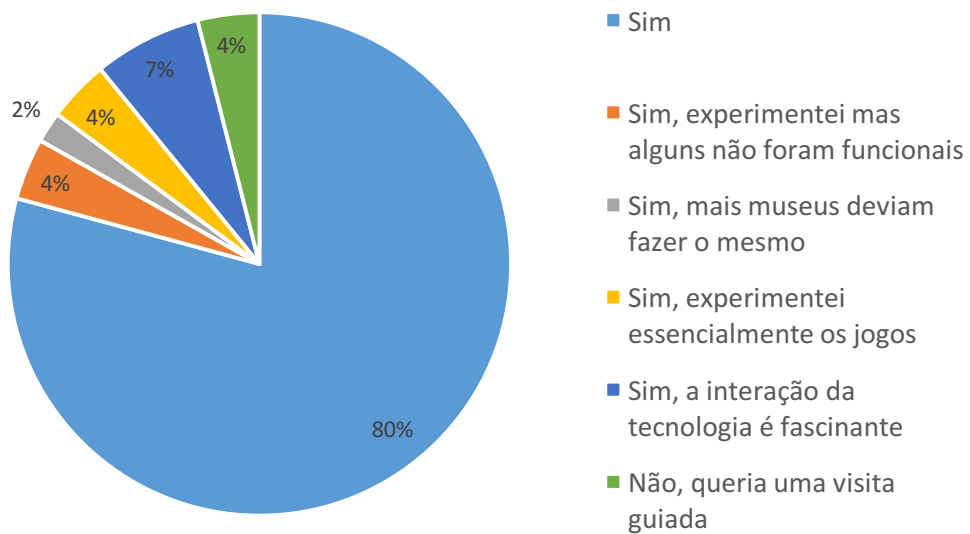
Correspondeu às suas expetativas? Porquê?



Do que gostou mais?

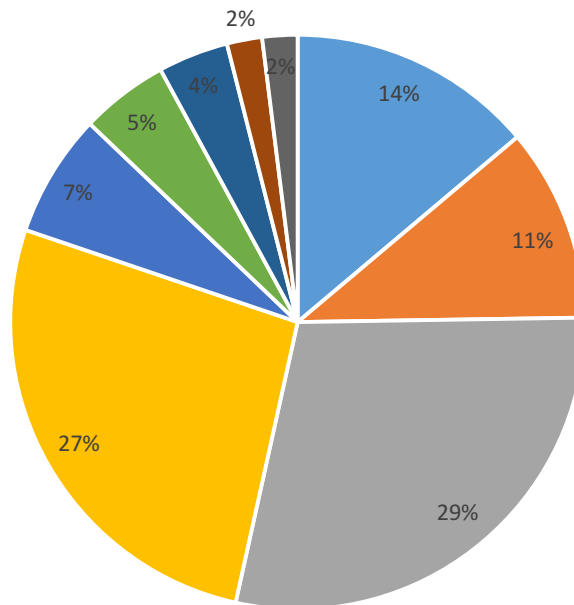


Teve interesse na tecnologia e usou-a?



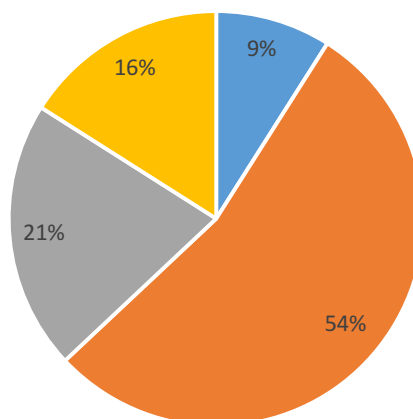
Se sim, porque se interessou pelos dispositivos tecnológicos?

- Gosto de tecnologia
- Assim a visita não é tão cansativa / a visita é mais dinâmica
- Gosto de interação
- O futuro leva a estarmos mais próximos da tecnologia
- Por curiosidade
- São um auxiliar importante para ajudar a compreender o que estamos a ver
- Torna a visita mais acessível a todas as idades
- Motivos de trabalho
- É uma nova abordagem

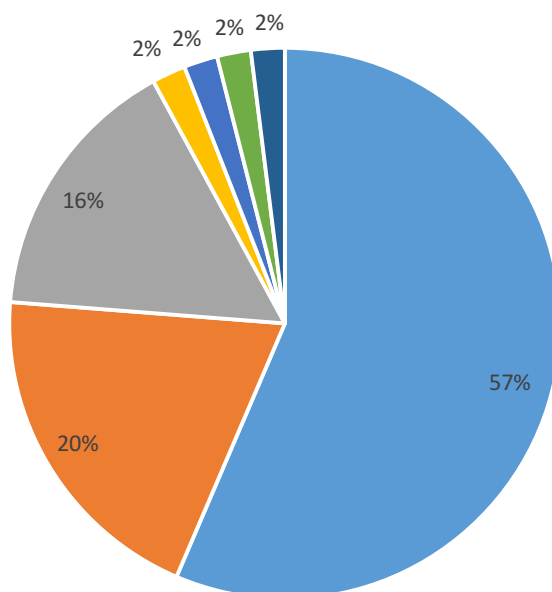


Os dispositivos tecnológicos foram intuitivos e/ou eficazes? Ou sentiu falta de um mediador?

- Preferi os mediadores porque foram muito atenciosos
- Sim, a tecnologia foi intuitiva
- Em alguns dispositivos precisei de um mediador, noutros não
- Não há nada como uma visita guiada / Senti falta de um mediador



A tecnologia substitui os mediadores? Ou os mediadores podem substituir a tecnologia?

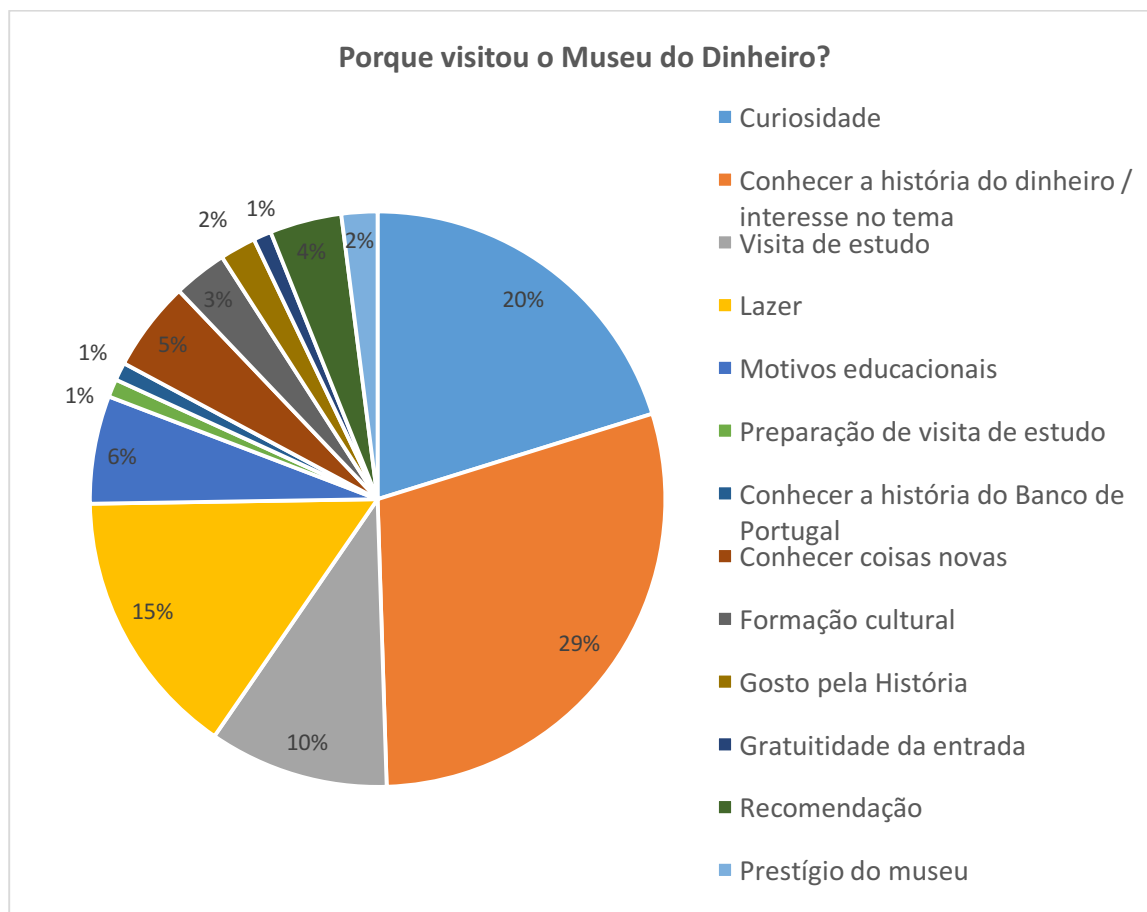


- Um não substitui o outro / complementam-se
- A explicação direta de um mediador / humana é sempre necessária
- Não, os mediadores não podem ser substituídos pela tecnologia, uma vez que têm mais sensibilidade em relação aos visitantes
- Prefiro os mediadores
- Não me interessa a tecnologia mas é o futuro
- A tecnologia torna a experiência mais interativa mas tem as suas limitações
- Em grupo a tecnologia é mais divertida

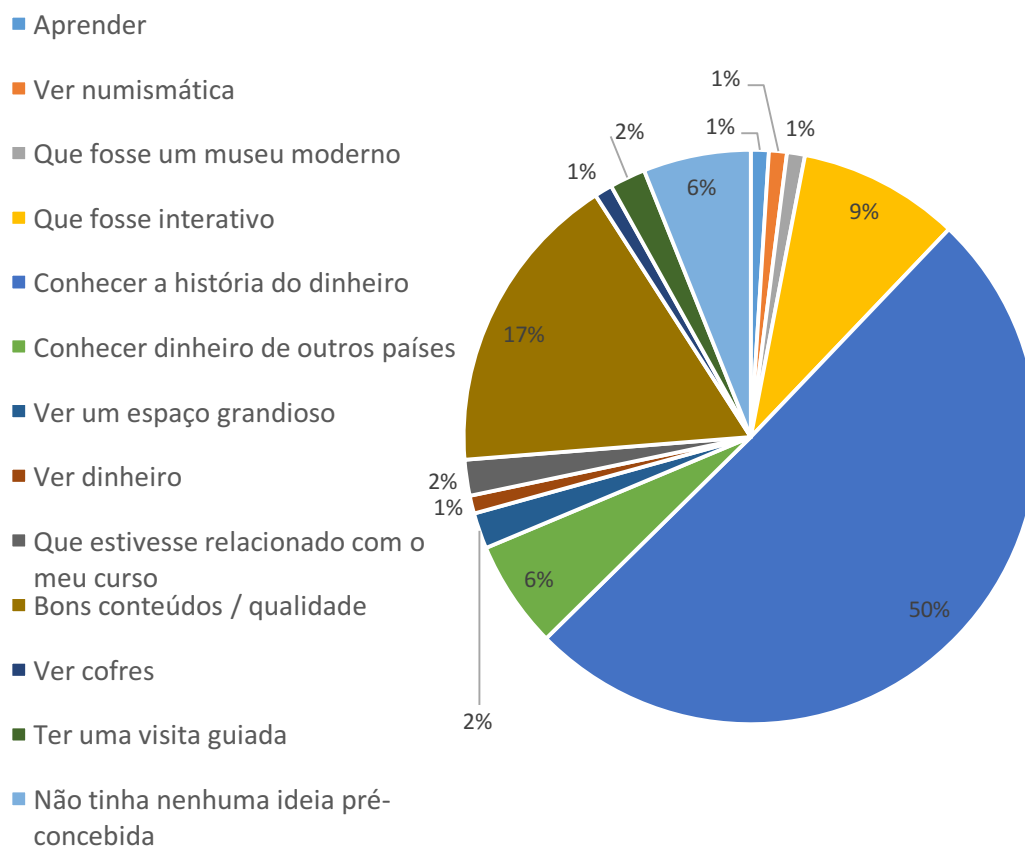
APÊNDICE X

[Percentagens dos Resultados Gerais dos Questionários ao Público do Museu do Dinheiro]

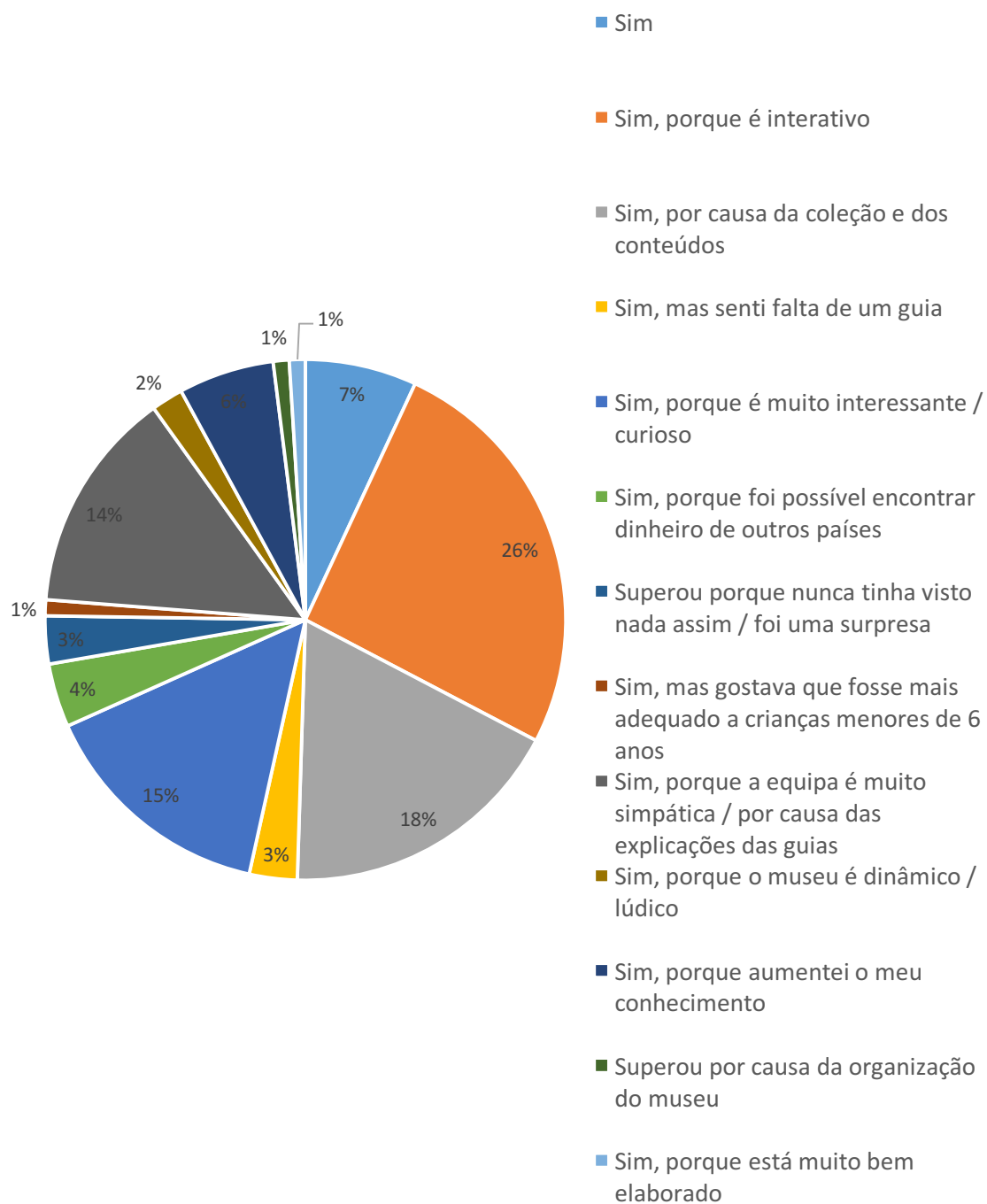
**Percentagens gerais questionários_amostra 125 visitantes
(69 visitantes orientados + 56 visitantes livres)**



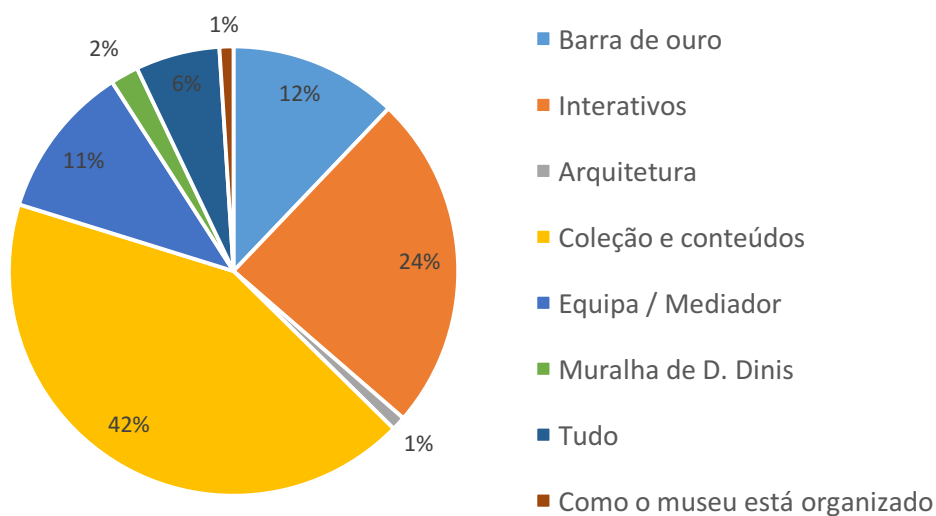
O que esperava do museu?



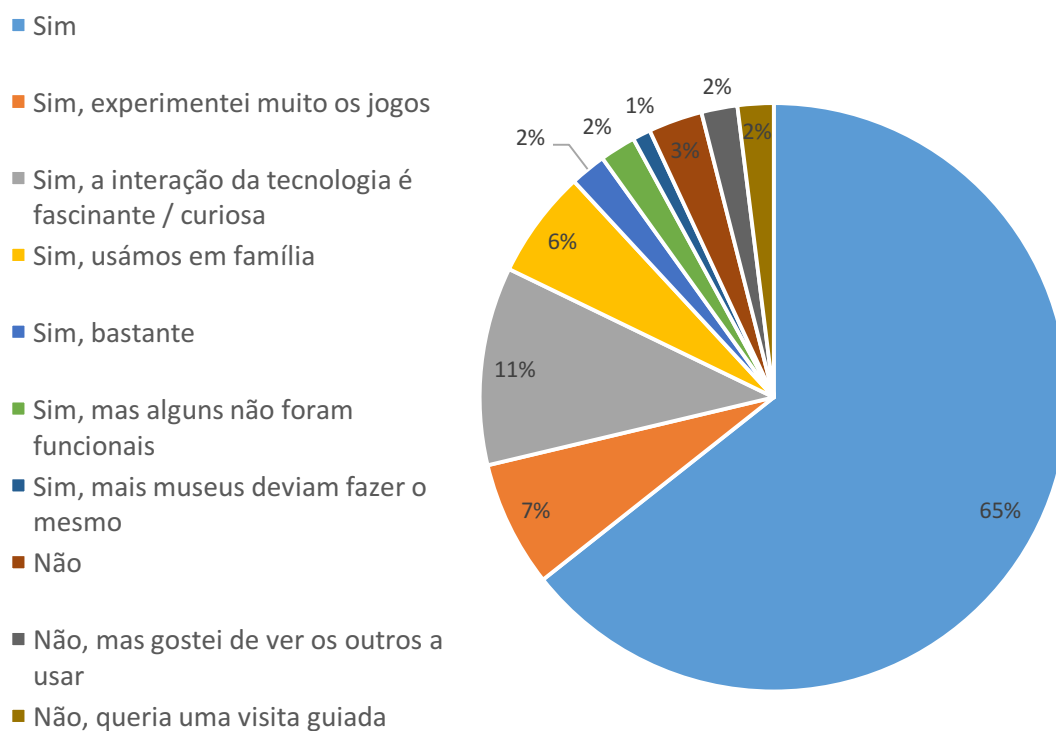
Correspondeu às suas expetativas? Porquê?



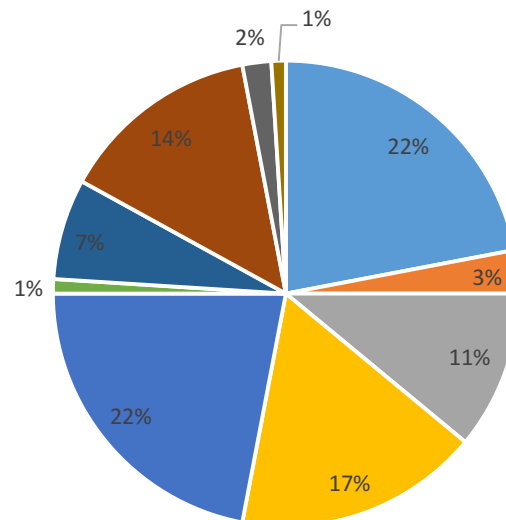
Do que gostou mais?



Teve interesse na tecnologia e usou-a?

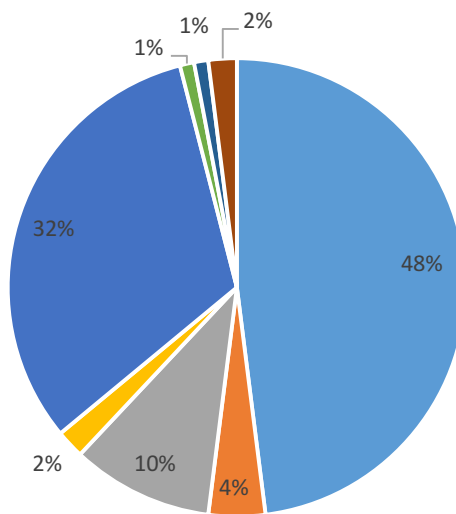


Se sim, porque se interessou pelos dispositivos tecnológicos?



- Gosto de tecnologia
- Não tinha interesse mais gostei
- Curiosidade
- Assim a visita não é tão cansativa / aborrecida / é mais interessante
- Gosto de interação
- Proporcionam-nos "contato" com os objetos
- Permitem a transmissão de conhecimento / informação / são um auxiliar importante para ajudar a compreender o que estamos a ver
- A tecnologia está presente no dia-a-dia / o futuro leva-nos a estar mais próximos da tecnologia
- Tornam a visita acessível a todas as faixas etárias
- É uma nova abordagem

A tecnologia substitui os mediadores? Ou os mediadores podem substituir a tecnologia?



- Complementam-se / um não substitui o outro
- É melhor falar com um mediador / prefiro o mediador
- Não, os mediadores não podem ser substituídos pela tecnologia, uma vez que têm sensibilidade em relação aos visitantes
- Não me interessa a tecnologia mas é o futuro / no futuro a tecnologia vai substituir os mediadores mas aprende-se melhor com eles
- A tecnologia nunca substitui os mediadores / os mediadores são indispensáveis / a explicação direta de um mediador, humana, é sempre necessária
- A tecnologia torna a experiência mais interativa mas tem as suas limitações
- Em grupo a tecnologia é mais divertida
- A tecnologia substitui os mediadores

APÊNDICE XI

[Fotografias de comentários do Público do Museu do Dinheiro no Livro de Honra]

Gostei 10.12.2014 Amália Rodig

Adrei!
Uma experiência com o conhecimento muito interessante
acompanhada pela GUIA DNA Bernardo muito profissional
com uma amabilidade e muito conhecedora da
história.

Lisboa 13.12.2014 Esclafrente Quintal

Muito interessante! Parabéns!
A sensibilização para a cultura e a arqueologia
está a crescer neste país. Ainda bem.
E com técnicos especializados! Um beijinho

Parabéns ao BDP!

Bom trabalho!

Ilustração

Maria Helena

Parabéns, delíciai-me e quero voltar
mais uma, mais outra ^{vez}, ver a luz deste
rio maravilhoso e ver igualmente a luz
no rosto dos seres fantásticos que trabalham
aqui! Nunca viem as moças / guias do
Museu, mas agora os degueiros? Nunca
vi degueiros - 126 amigos e conhecedores do
rio onde trabalham, informados, é muito
bom, é gratificante ver o sorriso nos olhos de
todos! Obrigada a todos (não fixei mais nomes,
desculpem!) Obrigada degueiro Susana (de
recipiente) e Ana Bernardo! Muito obrigada
↓ Que grande beijinho, obrigada e
um até já!

Visitas
retornar
ou ao
aniversário?

😊

05/Agosto/2014

Da parte do professor José Cavacas, da Escola Profissional
Gustavo Eiffel, que esteve de visita no dia 27 de
fevereiro de 2016.

Uma viagem (visita de estudo) ao Passado

Era um grupo bem pequeno,
Mas no entanto animado,
Que ao cruzar grossas portas de aço,
Ao passado se sentiu transportado.

Se nas ruas as imagens,
Eram as comuns de uma cidade,
No interior daquele "Templo",
Muito se esquecia da Modernidade.

Gentilmente guiados,
As profundezas da cidade disumamos,
E recuando século após século,
Longe ficámos do dia em que nascemos.

No mais profundo encontramos,
Algo que a todos fez pasmar,
Uma grossa muralha de pedra,
Que o Tejo não conseguia galgar.
Pelas tecnologias modernas,
O terremoto de 1755 nos surgiu,
E o maremoto e o fogo,
Que toda a cidade destruiu.

Regressados ao "Templo", à entrada,
Para terminar uma viagem fascinante,
Pegar numa barra de ouro,
Foi uma emoção delicante.

E assim a viagem se findou,
Numa jornada sem igual,
Foi tão bonito viajar ao passado,
No Museu do Banco de Portugal.

07.01.2016

Tudo muito interessante e um
10 para a simpatia do pessoal

Miguel e Zoré

de Barcelona, 8 Jan. 2016

Tudo fantástico.

A simpatia de Todas as pessoas e a excelente forma como
Tudo é explicado aumenta o gosto por Tudo este espaço.

Continuem assim.

Rosália Simão

9/1/2016